

**GUÍA DE PROCESOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA RUTA
GASTRONÓMICA QUE PERMITA VALORIZAR EL TURISMO DEL
DEPARTAMENTO DE RISARALDA OCCIDENTE.**

Marlon Betancur Pulgarin

**Universidad Tecnológica de Pereira
Facultad de Ciencias Empresariales
Especialización Gerencia de Proyectos
Pereira
2019**

**GUÍA DE PROCESOS PARA LA IMPLEMENTACIÓN DE UNA RUTA
GASTRONÓMICA QUE PERMITA VALORIZAR EL TURISMO DEL
DEPARTAMENTO DE RISARALDA OCCIDENTE.**

Marlon Betancur Pulgarin

**Directora
Ángela María Lanzas Duque
Doctorado en Administración**

**Trabajo de Grado para Optar al Título de: Especialista en Gerencia de
Proyectos**

**Universidad Tecnológica de Pereira
Facultad de Ciencias Empresariales
Especialización Gerencia de Proyectos
Pereira
2019**

RESUMEN EJECUTIVO

Las rutas gastronómicas son un tema que estimulan la difusión, la promoción y finalmente el impulso para el desarrollo del turismo local; en este caso buscando el fortalecimiento y la valorización turística para el Departamento de Risaralda por medio del proceso mencionado; esto se hace mediante el levantamiento de información territorial en cuanto el análisis e inventario de los platos y productos más representativos de los once municipios de la zona occidente Occidente, permitiendo el desarrollo sostenible de zonas agrícolas y atrayendo hacia cada una ellas un turismo de calidad.

Colombia promociona varias rutas gastronómicas que, sin embargo, carecen de una estructura y un contenido coherente; Una ruta gastronómica se define como un producto turístico estructurado que contribuye al mantenimiento del paisaje, la difusión de la cultura local, el desarrollo económico y el posicionamiento del territorio. Los factores claves para el éxito del proyecto al momento de la ejecución son los siguientes; la estructuración, organización, la coherencia del discurso y las responsabilidades de los agentes involucrados que se definen en el proyecto, en el que se recomienda la estandarización de los diferentes procesos y la elaboración de pautas para su diseño y ejecución.

El objetivo general se enfoca en la guía de procesos para la implementación de una ruta Gastronómica que permita valorizar el turismo del Departamento de Risaralda Occidente, mediante la colaboración todos y cada uno de los stakeholders (Involucrados) para la generación de procesos efectivos durante su ejecución y las mejoras a pertinente través de la gestión y el patrocinio de las instituciones competentes.

Nota de Aceptación

Firma del Presidente del
Jurado

Firma del Jurado

Firma del Jurado

Pereira, xxx de 2020

Tabla de contenido

CAPITULO 1: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.	1
1.1. Antecedentes de la Idea	1
1.2. Conclusión de los antecedentes	5
1.3. Problema	6
1.3.1. Pregunta de investigación.	7
1.4. Objetivos.....	8
1.4.1. Objetivo principal.....	8
1.4.2. Objetivos específicos.....	8
1.5. Justificación	9
CAPITULO 2: MARCO REFERENCIAL.	10
2.1. Marco teórico	10
2.1.1. Procesos	10
2.1.2. Gestión de procesos.....	11
2.1.3. Turismo.....	13
2.1.3.1. Atractivo Turístico.....	14
2.1.4. Ruta turística	15
2.1.5. Gastronomía.....	16
2.2. Marco conceptual	17
2.2.1. Ruta Gastronómica.....	17
2.2.2. Gastronomía como recurso turístico	18
2.2.3. Valorización Turística	19
2.3. Marco situacional Departamento de Risaralda	19
2.3.1. Economía	20
2.3.2. Turismo en Risaralda.....	21

2.3.3.	Turismo y atractivos turísticos Risaralda	22
2.3.4.	Gastronomía y ruta gastronómica Risaralda	23
2.3.5.	Las rutas gastronómicas y su potencial en el desarrollo local	24
2.4.	Marco Legal	25
2.4.1.	Decreto 3075 de 1997.....	25
2.4.2.	Acodres (Asociación colombiana de la industria gastronómica).....	25
2.4.3.	Ley 80 de 1993.....	26
2.4.4.	Resolución 1450 de 2013	26
2.4.5.	Resolución 0252 de 2012	26
CAPITULO 3: DISEÑO METODOLÓGICO.		27
3.1.	Diseño metodológico.....	27
CAPITULO 4: ESTUDIO DE MERCADO.....		32
4.1.	Resumen Ejecutivo para el plan de mercado	32
4.1.1.	Objetivo de la Investigación	34
4.1.2.	Metodología de la Investigación	34
4.1.3.	Diseño de Investigación:	35
4.1.4.	Método de recolección de datos.....	36
4.1.5.	Tipo de muestra y tamaño muestral	37
4.1.6.	Análisis de Resultados aplicación del instrumento	37
4.2.	Conclusiones y Recomendaciones de los resultados	50
CAPÍTULO 5: PLAN TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO DEL PROYECTO.		51
5.1.	Gestión de los requisitos	52
5.1.1.	Matriz de Recopilación de Requisitos	52
5.1.2.	Matriz de Trazabilidad de Requisitos.....	54
5.2.	Gestión del alcance	56

5.2.1. Descripción del Plan de Gestión del Alcance	56
5.3. Estructura de Desglose de trabajo	58
5.3.1. Nombre y Descripción entregable.....	59
5.3.2. Validación del Alcance Entregable Criterios de aceptación Validador	63
5.4. Gestión del cronograma (tiempo).	65
5.4.1. Descripción para la Gestión del Cronograma:	65
5.4.2. Identificación y Estimación de la Duración de Actividades.....	66
5.4.3. Cronograma para la ejecución del proyecto	67
5.4.4. Control del Cronograma:	68
5.4.5. Gestión de Cambios al Cronograma:.....	68
5.5. Gestión de la Calidad	68
5.5.1. Normatividad	68
5.5.2. Métricas de Calidad.....	70
5.5.3. Actividades de Aseguramiento de la Calidad	71
5.5.4. Monitoreo y Control de la Calidad.....	72
5.5.5. Métodos de validación.....	72
5.6. Gestión de los Recursos humanos (RR. HH)	73
5.6.1. Estructura organizativa para el proyecto	73
5.7. Gestión de las Comunicaciones.	77
5.7.1. Requisitos de Comunicación de los Interesados:	77
5.8. Gestión de los Riesgos	78
5.8.1. Categoría de riesgos estructura de desglose de riesgos (RBS):	79
5.8.2. Registro de riesgos	79
5.8.3. Probabilidad de ocurrencia	81
5.8.4. Tabla de Impactos:	81

5.8.5. Matriz Probabilidad de impacto	82
5.8.6. Registro de riesgos y análisis	82
5.8.7. Ranking de riesgos	83
5.8.8. Respuesta a los riesgos:	85
5.9. Análisis Dofa	87
5.9.1. Análisis externo.....	87
5.9.2. Análisis interno	88
5.10. Gestión de las Adquisiciones	88
5.10.1. Definición de adquisiciones requeridas:	89
5.10.2. Tipos de contrato para las adquisiciones:	90
5.11. Gestión de los Interesados// énfasis de la identificación de interesados	90
5.11.1. Gestión de los interesados.....	91
5.11.2. Calificación de interesados	93
5.11.3. Gráfico de interesados:	93
CAPÍTULO 6: PLAN FINANCIERO (PRESUPUESTO).	95
6.1. Descripción del plan de Gestión del Presupuesto.....	95
6.2. Medición y Control del Presupuesto:.....	95
6.3. Presupuesto para la ejecución del Proyecto	96
6.4. Presupuestos por hitos relevantes del proyecto	97
7. CONCLUSIONES	98
8. ANEXOS	100
8.1. Instrumento de aplicación tipo encuesta	100
9. BIBLIOGRAFÍA.....	104

Lista de Tablas

Tabla 1: Gestión Áreas de Conocimiento	51
Tabla 2: Estimación de la duración para las actividades.....	66
Tabla 3: Cronograma para la ejecución de actividades.....	67
Tabla 4: tipo de comunicación y herramientas de comunicación.....	77
Tabla 5: Registro de riesgos	80
Tabla 6: Probabilidad de ocurrencia.	81
Tabla 7: Escala de impacto del riesgo.....	81
Tabla 8: riesgos y análisis	82
Tabla 9: Oportunidades y amenazas.	87
Tabla 10: Fortalezas y debilidades.....	88
Tabla 11: Adquisiciones y tipos de contrato	90
Tabla 12: Stakeholder	91
Tabla 13: Clasificación de los stakeholders	93
Tabla 14: Presupuesto para la ejecución del Proyecto	96
Tabla 15: Presupuesto por hitos del proyecto.....	97

Lista de Gráficos

Grafico 1: Diagrama de procesos	11
Grafico 2: Municipios del Departamento de Risaralda.....	20
Grafico 3: Estructura de desglose de trabajo	58
Grafico 4: Estructura Organizacional del Proyecto	73
Grafico 5: Estructura de Desglose del riesgo.	79
Grafico 6: Probabilidad de impacto	82
Grafico 7: Grafico poder interés.	93

CAPITULO 1: PROBLEMA DE LA INVESTIGACIÓN.

1.1.Antecedentes de la Idea

Inicialmente se compara y se analizan los diferentes contenidos bibliográficos a partir de una completa revisión de los títulos ofrecidos y relacionados con las rutas gastronómicas en diferentes lugares del mundo, que nos llevarán a estudiar más a fondo los antecedentes que servirán de base para la investigación y desarrollo del proyecto.

- *Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña (España) (Jeambey, 2016):*

Las rutas gastronómicas estimulan el desarrollo local sostenible de zonas agrícolas, atrayendo hacia ellas un turismo de calidad. Cataluña promociona varias rutas gastronómicas que, sin embargo, carecen de estructura y contenido coherente. En este trabajo, se consultó a expertos en el ámbito de turismo y gastronomía sobre su percepción de lo que debe ser una ruta gastronómica que contribuya al desarrollo local. Según ellos, no existen en Cataluña pautas que rijan su diseño y funcionamiento.

Una ruta gastronómica se define como un producto turístico estructurado que contribuye al mantenimiento del paisaje, la difusión de la cultura local, el desarrollo económico y el posicionamiento del territorio. Clave para su éxito es su organización, la coherencia del discurso y las responsabilidades de los agentes involucrados. Se valora el papel del productor. Se recomienda

la estandarización de la definición de ruta gastronómica y la elaboración de pautas para su diseño y su estructuración.

- *Identificación de la gastronomía típica y diseño de una ruta gastronómica en el Cantón Paltas de la Provincia de Loja (Ecuador) (Salazar, 2011):*

la investigación se divide en un Resumen que generaliza todo lo investigado durante este periodo de tiempo, así como la de contar con una introducción donde se propone una visión general de lo que es una ruta gastronómica, hasta ir particularizando la investigación en el cantón Paltas e incluso donde se determinó las parroquias de mayor interés, de igual forma se cuenta con una exquisita información teórica bibliográfica de autores e investigadores relacionados al tema y a los objetivos planteados como el general que es realizar un diagnóstico sobre la gastronomía típica y su valor nutricional con el propósito de diseñar una ruta gastronómica así también los específicos como son la Identificación de los platos típicos y los actores que intervienen en la elaboración de los mismos; además se describe los materiales e insumos para el proceso y elaboración de los platos típicos para finalmente diseñar una Ruta gastronómica con el propósito de fortalecer el desarrollo.

Así también la incorporación de materiales y métodos los cuales definen el camino de la investigación como el deductivo, inductivo, analítico y técnicas como la entrevista y la encuesta. Los resultados hacen hincapié a la información obtenida a través de la investigación donde se resalta el gran potencial turístico gastronómico que posee la zona en estudio, la misma que se plasma en el diseño de la ruta donde se destaca los platos típicos que identifican al cantón Paltas, así como también itinerarios que permitirán el desarrollo de la actividad turística. Las discusiones

responden a los resultados obtenidos mediante las encuestas, entrevistas y visitas de campo que se generaron durante la investigación en base al proyecto, asimismo las conclusiones son reflejo de los resultados conseguidos durante el proceso investigativo donde se dispone de información real en cuanto la ruta gastronómica, además de las necesidades que hace falta cubrir para llevar a cabo la propuesta planteada, finalmente tenemos las recomendaciones que se formularon enfocadas al proyecto y de acuerdo a las discusiones y conclusiones logrando dar los soportes técnicos donde se identifica a los responsables de implementar los cambios que lleven al desarrollo del sector turístico en el cantón Paltas.

- *Turismo, cultura y gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias Colombia// Córdoba) (Guzmán & Margarida, s.f):*

La gastronomía se está convirtiendo en uno de los factores clave de atracción para definir la competitividad de los destinos turísticos y pretende dar respuesta a un tipo de viajero cada vez más identificado con la búsqueda de lo autóctono y de los elementos culturales de la zona geográfica que visita. El objetivo de esta comunicación es presentar una aproximación a la gastronomía como elemento clave en el desarrollo (y consolidación) de los destinos turísticos. Para ello presentamos, en primer lugar, una revisión de la literatura científica existente en este campo, muy relacionada tanto con el vino como con la cultura. Así, se establece la importancia de la cocina como elemento básico para que el turista consiga nuevas (y diferentes) experiencias.

También abordamos en esta comunicación cómo la gastronomía se está configurando para determinados turistas en la motivación principal para visitar un determinado lugar, o, en su caso, en una de las principales motivaciones para visitar un destino turístico. Por otro lado, también

hacemos referencia a cómo debería de articularse una ruta turística gastronómica, teniendo como base la amplia tradición que existe en determinados países, fundamentalmente europeos, en el diseño de rutas turísticas, aprovechando, en este caso, la experiencia procedente de las rutas enológicas.

- *Propuesta de Creación de una ruta Gastronómica en el Cantón Santa Rosa de la Provincia del Oro (Ecuador) a través del análisis e inventario de sus platos típicos (Rodríguez, Rodríguez & Carvache, (s.f):*

En la información acerca de los platos típicos que se expenden en los distintos establecimientos se puede encontrar en el inventario de este proyecto de tesis y busca dar a conocer e informar sobre los beneficios que se pueden conseguir aplicando este proyecto.

El objetivo se enfoca en crear una ruta gastronómica en el Cantón Santa Rosa mediante el análisis y promoción de los distintos platos típicos que existen para que sea una alternativa de desarrollo económico para la comunidad.

Este estudio pretende confirmar la validez de la presente hipótesis: la creación de una ruta gastronómica en el Cantón Santa Rosa y el análisis de inventario de sus platos típicos traerá como beneficios mayor afluencia de visitantes. Para el logro positivo de la implementación de la ruta gastronómica e inventarios de platos típicos es necesario la colaboración de comunidades y establecimientos participantes, la capacitación de las mismas en atención al cliente y las mejoras necesarias para brindar un mejor servicio; y como es lógico será necesaria la ayuda y patrocinio de las autoridades pertinentes.

1.2.Conclusión de los antecedentes

Actualmente se evidencia que el sector turismo está siendo considerado como un sector prioritario en las últimas décadas, los resultados actuales no avalan el discurso político, por el contrario, es claro que cada día los países se van quedando atrás en el ranking de la Organización Mundial de Turismo. Las causas de estos acontecimientos pueden tener su origen en la falta de especialización en el tema por parte de las nuevas administraciones enfocadas en dicho sector y, sobre todo, la falta de iniciativa para la realización de estudios que permitan tomar como punto de partida la formulación, planificación y desarrollo de proyectos enfocados en los temas turísticos-gastronómicos.

En la actualidad el turista es un conocedor de alto nivel cultural del entorno que visita; es aquella persona que desea experiencias únicas e inolvidables, experiencias con una gran alternativa de actividades que complementen e integren el paquete personalizado que demanda con calidad, seguridad, alimentación y excelente servicio al cliente.

La gastronomía es considerada patrimonio cultural de los diferentes territorios que por mucho tiempo han sido un elemento complementario de los viajes. Sin embargo, en los últimos años se han desarrollado flujos de turistas especializados cuyo principal motivo del viaje es la gastronomía, Sin embargo, a pesar de su gran valor histórico, la cocina colombiana no se conoce a detalle en el contexto internacional, principalmente a la falta de planificación y propuestas de valor como patrimonio cultural inmaterial, pues es considerada por el gobierno como un subproducto del producto cultural turístico que por ende no existe un departamento especializado, presupuestos o estrategias concretas de promoción y posicionamiento nacional e internacional.

1.3.Problema

Colombia es un país que cuenta con una gran riqueza natural gracias a su amplia diversidad de ecosistemas, siendo el segundo país más biodiverso, según Colciencias (2016): “El país ocupa el Segundo lugar en biodiversidad y está entre las 12 naciones más mega diversas del planeta. Colombia por sus riquezas naturales, por su variedad, belleza geográfica y por la diversidad de sus ecosistemas” (párr. 1). Cuenta con unas grandes ventajas territoriales que permiten la producción de una infinita variedad de ingredientes únicos y autóctonos en las diferentes regiones del país.

Entonces, Surge una pregunta, ¿cuál es el problema que tiene Colombia y sus regiones (Departamento de Risaralda) que no se posiciona en términos gastronómicos?, la respuesta puede ser lo siguiente: No basta con miles de restaurantes y cantidad inimaginable de chefs si los ingredientes de origen no se aprovechan, al país le hacen falta profesionales que se apropien de su cocina y revaloriza el producto local, que experimenten, innoven y resalten esos sabores característicos del país que ofrece muchos productos al alcance de todos y que en la actualidad no se están aprovechando.

A pesar de lo mencionado previamente y como profesional en el tema Gastronómico, se ha evidenciado por medio de la experiencia que Colombia no dispone de un abanico muy amplio de opciones gastronómicas emblema que represente a cada una de sus diferentes regiones a nivel nacional e internacional; dentro de las ofertas se encuentran los siguientes productos; el ajiaco Santaferño, la bandeja paisa, los tamales o envueltos tolimeses y el sancocho de gallina; y si hablamos a nivel departamental “Risaralda” que está integrado con catorce (14) territorios Municipales, sólo uno de ellos dispone un producto emblema que es el chorizo del Municipio de

Santa Rosa; pero los últimos avances científicos e investigativos permiten generar nuevas ideas para promover y aprovechar los recursos nacionales.

“Es por eso que la ciencia y la investigación son dos herramientas valiosas, con las cuales podemos, primero conocer nuestro planeta, conocer mundos inexplorados y en segundo lugar, nos permite contribuir al cuidado y preservación de nuestro mundo y proponer alternativas de cambio para el bienestar de todos.” (Colciencias, 2016, párr. 6).

Por dichos motivos, este proyecto genera las fases, herramientas e instrumentos para implementar una ruta gastronómica en el Departamento de Risaralda Occidente con el objetivo de recolectar la información necesaria para adquirir una identidad y cultura gastronómica mediante la obtención de las recetas tradicionales e ingredientes autóctonos de cada municipio que servirá como carta de presentación a Nivel nacional e internacional, potencializando y fortaleciendo el turismo, el sentido de pertenencia de la región.

1.3.1. Pregunta de investigación.

¿Cómo diseñar una guía de procesos para la implementación de una Ruta Gastronómica que permita valorizar el turismo del Departamento de Risaralda Occidente?

1.4.Objetivos

1.4.1. Objetivo principal.

- Diseñar la guía de Procesos para la implementación de una ruta Gastronómica que permita valorizar el turismo del Departamento de Risaralda Occidente.

1.4.2. Objetivos específicos.

- Definir los conceptos que estructuran una ruta gastronómica.
- Precisar los hitos y las actividades necesarias que se deben ejecutar para la implementación una ruta Gastronómica en el Departamento de Risaralda Occidente.
- Determinar el talento humano necesario para la implementación de una ruta Gastronómica en el Departamento de Risaralda Occidente.
- Estimar los recursos financieros para la implementación de una ruta Gastronómica en el Departamento de Risaralda Occidente.
- Evaluar la viabilidad financiera para la implementación de una ruta Gastronómica en el Departamento de Risaralda Occidente.
- Construir las herramientas para el levantamiento de información, consolidación y estandarización de productos, procesos, procedimientos y establecimientos gastronómicos de los once (11) Municipios del Departamento de Risaralda Occidente.
- Identificar las instituciones y los programas de aprendizaje nacional para la formación pertinente de los once (11) Municipios del Departamento de Risaralda Occidente.

1.5. Justificación

La gobernación de Risaralda a través de la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad en aras de promover y posicionar el turismo, la gastronomía y la cultura Departamental por medio de los Municipios y su comunidad presenta el proyecto definido como **“Guía de procesos para la implementación de una ruta Gastronómica que permita valorizar el turismo del Departamento de Risaralda Occidente”**, el cual tiene como objetivo Implementar los procesos para el diseño de la Ruta; la cual se define como:

Un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional. Las rutas gastronómicas se organizan en torno a un producto clave que caracteriza la ruta. Esta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos del territorio: comida, producción agrícola, actividades rurales, entretenimientos en la naturaleza y actividades propias de la cultura regional. Barrera (Como se citó en Hernández, 2015, p. 23)

El presente documento se desarrolla mediante el diseño de una metodología que permite la realización de trabajos en campo, difusiones y sensibilización, generación de estándares y formación técnica de los establecimientos; destacando la necesidad de generar una identidad a la región para consolidar el territorio como un destino turístico gastronómico. La ejecución del proyecto en los once (11) Municipios del Departamento de Risaralda Occidente se ejecutará por parte de la Gobernación de Risaralda durante un periodo de tres (3) años. Lo anterior con el fin de dinamizar la economía territorial para promover los alimentos y la cultura gastronómica Departamental por medio de una Ruta Gastronómica.

CAPITULO 2: MARCO REFERENCIAL.

2.1.Marco teórico

2.1.1. Procesos

Los procesos se pueden definir como un conjunto de actividades específicas que se relacionan para lograr unos objetivos o un producto final; Sescam (2002) dice que los procesos son: “El conjunto de actividades de trabajo interrelacionadas que se caracterizan por requerir ciertos insumos (Productos o servicios obtenidos de otros proveedores) y tareas particulares que implican valor añadido, con miras a obtener ciertos resultados” (p. 5).

Complementando la discusión anterior, se dice que dichos procesos llevan un orden lógico que permiten el correcto funcionamiento de los mismos para alcanzar efectivamente los objetivos que se buscan a través de su ejecución.

Los procesos, se pueden definir como secuencias ordenadas y lógicas de actividades de transformación, que parten de unas entradas (datos, especificaciones, máquinas, equipos, materias primas, consumibles, etc.), para alcanzar unos resultados programados, que se entregan a quienes los han solicitado, esto es, los clientes de cada proceso. (Alonso, 2014, p. 28)

A continuación, se puede evidenciar un diagrama de flujo con los aspectos generales que conforman los procesos:



Grafico 1: Diagrama de procesos. Tomado de: <https://upcommons.upc.edu/>

2.1.2. Gestión de procesos

Al entender el concepto de “Procesos” se puede comprender mejor a lo que se refieren diferentes autores sobre la “Gestión de procesos”, donde se puede definir como la planeación, organización, dirección y control de los procesos que se ejecutan o se van a ejecutar en los diferentes contextos posibles; uno de los autores define el concepto de la siguiente manera:

La Gestión por Procesos es un modelo de gestión que entiende a la organización como un conjunto de procesos globales orientados a la consecución de la Calidad Total y a la satisfacción del cliente. Se fundamenta en la modelización de los sistemas como un conjunto de procesos interrelacionados a través de interacciones causa-efecto, que garanticen la coordinación de todos los procesos entre sí, mejorando la efectividad y la satisfacción de todos los grupos de interés (clientes, proveedores, etc.). (Alonso, 2014, p. 30)

Sescam habla sobre la gestión de procesos desde una perspectiva más amplia, donde involucra específicamente la visión del cliente, ya que estos de alguna manera definen las actividades a ejecutar por medio de las necesidades que se identifican:

Es una forma de organización diferente de la clásica organización funcional, y en la que prima la visión del cliente sobre las actividades de la misma. Los procesos así definidos son gestionados de modo estructurado y sobre su mejora se basa la mejora de la propia organización. La gestión de procesos aporta una visión y unas herramientas con las que se puede mejorar y rediseñar el flujo de trabajo para hacerlo más eficiente y adaptarse a las necesidades del cliente. (Sescam, 2002, p. 6)

2.1.3. Turismo

Es pertinente discutir y conocer sobre el concepto de turismo, ya que de alguna manera la Gastronomía hace parte de las diferentes actividades que consolidan el concepto mencionado. Por ende, el turismo se entiende como:

Un fenómeno social que consiste en el desplazamiento voluntario y temporal de individuos que, por motivos de descanso, recreación, cultura y salud, se traslada de su lugar de origen a otro en el que no ejerce actividad lucrativa ni remunerada, generando interrelaciones de importancia económica y cultural. (Astudillo, 2012, p. 5)

Gracias a el autor mencionado, se puede evidenciar que el concepto de gastronomía se encuentra implícito en el turismo, ya que las actividades relacionadas con el tema de la cocina y los productos generados por medio de esta disciplina, permiten generar en los diferentes territorios una identidad cultural, histórica y recreacional.

Así mismo y para soportar un poco más el concepto que se está desarrollando, Gavilanes y Delgado (S.f) definen en el turismo como: “El conjunto de actividades o relaciones socioculturales que realizan los individuos durante sus viajes y estancias en lugares diferentes a su entorno habitual por un periodo de tiempo consecutivo o menor a un año sin intensiones de alguna actividad lucrativa” (p. 2, 3).

Queda claro que el turismo se refiere al conjunto de actividades y vivencias que ejecutan los viajeros (Turistas) que giran en torno a los temas culturales, históricos y recreativos permitiendo la identificación y diferenciación a un territorio de los demás.

2.1.3.1.Atractivo Turístico

Después de conocer y generar una discusión en torno al turismo y su actividad, es pertinente profundizar un poco sobre el tema de lo que es un “atractivo turístico”, ya que este permite al lector comprender y acercarse poco a poco lo que es una “Ruta Gastronómica”. Un atractivo turístico se refiere a:

Un lugar de interés que los turistas visitan, generalmente por su valor cultural inherente o exhibido, significancia histórica, belleza natural o artificial; porque es raro, misterioso, o para la recreación y diversión. Lo aspectos atractivos es un elemento crucial en la motivación del turista a viajar, y generalmente la afluencia de turistas a un lugar genera actividad económica conexas como ser hotelería, gastronomía, agencias receptoras que realizan excursiones, comercios locales, entre otros; y desarrollo de infraestructura para el acceso y disfrute del atractivo turístico (rutas, aeropuertos, señalización, etc.). (Astudillo, 2012, p. 5)

El autor mencionado permite evidenciar que la gastronomía, uno de los atractivos turísticos de cada territorio, permiten dar la apertura a la relación implícita que existe entre el turismo y la gastronomía, ya que este es uno de los factores que permiten la distinción de cada municipio a través de sus productos y platos de Origen local.

2.1.4. Ruta turística

El concepto de ruta turística consolida y articula una serie de rutas que permiten el recorrido de diferentes temáticas, como, por ejemplo; rutas gastronómicas, rutas culturales, rutas históricas, rutas ecológicas, rutas de aventura y demás...

Eje vial que conecta dos o más centros emisores o receptores y que contiene diferentes atractivos turísticos; y cuyo recorrido que tiene como objetivo permitir admirar paisajes, rememorar sitios históricos, disfrutar zonas específicas de actividades y aventuras siguiendo un itinerario predeterminado, conectando zonas con diversos atractivos. (Rodríguez, Rodríguez& Carvache, s.f, p. 3)

Banchik define el concepto desde la función que desarrolla directamente la ruta turística y la relación que existe entre el entorno y el visitante (Turista), ya que la interacción entre ambos factores permite la articulación entre ruta y turismo:

La ruta turística tiene por función la promoción de un área, de una región o una temática con potencialidad turística. Entre sus principales características se encuentran la facilitación del encuentro entre el visitante y el medio y la sensación de libertad que tiene el turista para moverse en un determinado destino (Banchik, 2005, p. 18).

2.1.5. Gastronomía

La palabra gastronomía proviene del griego “gastros” que significa estómago y “nomos” que representa conocimiento o ley. Al referirse a la gastronomía o alimentación se revela una estrecha relación de esta con la evolución del hombre en su proceso de civilización.

La gastronomía es una disciplina muy antigua y su creación se le atribuye a Georges Auguste Escoffier, a pesar de las modernidades sufridas a favor del ramo con el paso del tiempo y las nuevas tendencias gastronómicas, existe aún la esencia más importante de todo el sistema de cocina que son la rudeza que prevalece hasta hoy en día, la tenacidad por el servicio y trabajo constante al igual que las jornadas laborales exhaustivas que remuneran solo con el resultado de los buenos sabores y cantidades sin fin de alimentos elaborados. (Delgado y Gavilanes, s.f, p. 3)

Con base en lo anterior, se puede entender el concepto de Gastronomía como una disciplina aplicada por parte de los seres humanos para transformar los diferentes recursos y productos (Alimentos) para obtener un producto final (diversos platos y nuevos productos) por medio de diferentes técnicas y métodos de cocina. Como dice Astudillo (2012): “la Gastronomía es el estudio de la relación del hombre, entre su alimentación y su medio ambiente (entorno)” (P.9).

2.2.Marco conceptual

2.2.1. Ruta Gastronómica

Al revisar los conceptos evidenciados anteriormente en el marco teórico, la Gastronomía, el turismo, los atractivos turísticos y la articulación que existe entre ellos, se puede comenzar a discutir sobre lo que es “una ruta Gastronómica”; dicho concepto se refiere a:

Los itinerarios turísticos basados en alimentos en torno a los cuales se construyen productos recreativos y culturales que permiten al visitante explorar la cadena de valor del alimento, desde la producción primaria hasta el plato. Cuentan con su propia estructura organizativa y con protocolos de calidad; donde se formalizan integrando a los establecimientos agropecuarios, agroindustrias y restaurantes con una visión compartida del desarrollo y con normas de calidad que atiendan tanto al orden sanitario como a la autenticidad de la propuesta. Barrera y Bringas Alvarado (como se citó en Jeanbey, 2016, p. 1189)

Las rutas gastronómicas se organizan en torno a un producto clave que caracteriza la ruta y le otorga su nombre. La ruta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos de la misma: comida, producción agrícola, actividades rurales, entretenimientos en la naturaleza y actividades propias de la cultura regional. Se organizan con el fin de: consolidar la cultura productiva regional, valorizar los alimentos regionales, estimular el desarrollo de Distintivos de Calidad (entre ellos las Denominaciones de Origen (D.O.P) e Indicaciones Geográficas Protegidas (I.G.P), Productos Orgánicos...etc.) dinamizar las economías regionales, para promover los alimentos regionales y la cultura gastronómica nacional a través de las expresiones culinarias regionales. Los establecimientos que la integran reciben turistas a los

cuales les brindan servicios de alimentación, los restaurantes regionales que privilegian en sus menús los platos tradicionales basados en la producción primaria local y los proveedores agroindustriales de la zona. (Hernández, 2015, p. 23, 24)

La ruta gastronómica también se puede definir como el conjunto de lugares, pueblos o regiones que comparten usos y costumbres gastronómicas. Este espacio colectivo deriva de una integración de los pobladores del lugar que han convivido naturalmente con los recursos del paisaje, que han explotado las riquezas agrícolas y pecuarias; quienes comparten estos productos locales o regionales han desarrollado una forma característica de relacionarse con el medio y con los productos, y han creado una serie de relaciones interpersonales y comunitarias alrededor del consumo de alimentos. Ascanio (Como se citó en Astrudillo, 2012, p. 11, 12)

2.2.2. Gastronomía como recurso turístico

Actualmente existe una gran diversidad de términos que se usan para relacionar los conceptos de turismo y gastronomía. Entre ellos están los siguientes: cuisine tourism, food tourism, gourmet tourism, gastronomy tourism, gastronomic tourism o culinary tourism. Independientemente del término que se use, se puede definir el turismo gastronómico como una tipología de turismo en el cual se compra o consume productos regionales y adicionales a esto, se observan los diferentes procesos y técnicas para la producción de estos. (Ignatov y Smith (Como se citó en López y Margarida, 2011).

Puesto que la alimentación esta entre la satisfacción de las necesidades humanas y dicha necesidad se encuentra unida al turismo de manera implícita, permite el nacimiento del turismo gastronómico. Así mismo la cultura interna, las costumbres, los lugares visitados y su gastronomía

están íntimamente ligadas, entendiendo finalmente que existe una relación directa entre el turismo cultural y el turismo gastronómico (Hernández, 2015).

2.2.3. Valorización Turística

Se denomina valoración turística a la importancia que se le concede a todos los aspectos históricos, culturales, gastronómicos, ecológicos, naturales y aventureros de un territorio por medio de los diferentes atractivos turísticos que lo conforman.

El valor turístico se le concede a un territorio por ser reconocido tanto a nivel local como internacional, por medio del número de turistas que visitan los lugares y atractivos turísticos que lo conforman; donde la difusión y el método del “voz a voz” que permite el conocimiento y la motivación de nuevos turistas para que determinados lugares se conviertan en un atractivo turístico de interés.

2.3.Marco situacional Departamento de Risaralda

El 1° de diciembre de 1966, por medio de la Ley 70, se crea el departamento de Risaralda; un departamento situado en el centro occidente de la región andina; localizado entre los **05°30'00''** y **04°41'36''** de latitud norte, y entre los **75°23'49''** y **76°18'27''** de longitud oeste. Cuenta con una superficie de 4.140 km² lo que representa el 0.36 % del territorio nacional. Limita por el Norte con los departamentos de Antioquia y Caldas, por el Este con Caldas y Tolima, por el Sur con los departamentos de Quindío y Valle del Cauca y por el Oeste con el departamento de y está dividido en 14 municipios y 19 corregimientos. (Gobernación de Risaralda, 2017, párr. 1)



Grafico 2: Municipios del Departamento de Risaralda. Tomado de: <http://www.carder.gov.co>

2.3.1. Economía

La economía del departamento de Risaralda está sustentada en la agricultura, la ganadería, la industria manufacturera y el comercio. La agricultura está representada por los cultivos de café, plátano, caña de azúcar, cacao y yuca. Los renglones de la industria manufacturera más importantes son los alimentos, bebidas, confecciones, textiles, madera y calzado, con un total de 1.765 industrias registradas. La actividad minera no es sobresaliente en el departamento, pero se realiza la explotación de oro, plata, caliza, zinc, cobre y plomo. (Gobernación de Risaralda, 2017, párr. 8)

La construcción se centra en el área metropolitana Pereira - Dosquebradas - La Virginia. El comercio se localiza especialmente en la ciudad de Pereira, gracias a la ubicación privilegiada de ésta en el llamado “Triángulo de Oro”, conformado por Medellín, Cali y Bogotá. El número total de establecimientos comerciales asciende a 9.579; las cabeceras municipales donde principalmente se desarrolla esta actividad son Pereira, Dosquebradas, Santa Rosa del Cabal y La Virginia. (Gobernación de Risaralda, 2017, párr. 9)

Risaralda es un Departamento donde su actividad económica depende en gran medida de la agroindustria a través de la comercialización de productos sin transformar. He aquí donde se identifica una oportunidad favorable para la aplicación del proyecto “Fases de Ejecución para la aplicación de una Ruta Gastronómica en el Departamento de Risaralda Occidente”, ya que permite la incorporación de nuevos productos y así potencializar el turismo y la economía Risaraldense.

2.3.2. Turismo en Risaralda

El departamento de Risaralda ofrece innumerables atractivos turísticos desde el punto de vista natural, cultural y científico. La cultura cafetera, su arquitectura y la hospitalidad de su gente, hace que recorrer Risaralda sea una experiencia inolvidable. Como atractivos turísticos se destacan el parque natural Ucumarí, los parques nacionales naturales de Los Nevados y Tatamá, la reserva natural Río Guarato, las aguas termales de Santa Rosa de Cabal, la reserva forestal La Nona, la ruta del ferrocarril y el sendero natural educativo Palo Santo; son también importantes en el bosque de Don Manuel, el jardín botánico Alejandro Humboldt, en el municipio de Marsella, y numerosos eventos culturales. (Gobernación de Risaralda, 2017, párr. 11)

Es importante realizar la presente investigación ya que permite la elaboración de herramientas, métodos, procesos y procedimientos para rescatar todo lo relacionado con costumbres, practicas, productos, historias y platos Gastronómicos que se han perdido en cada uno de los once (11) Municipios del Departamento de Risaralda Occidente con el pasar de los años. Todo esto con el objetivo de generar la apropiación de los recursos y productos autóctonos de cada territorio a través de los procesos de innovación, transformación y generación de productos emblemáticos que permitan destacar a cada uno de los Municipios y por ende potencializar el tema cultural, turístico y gastronómico del Departamento de Risaralda.

2.3.3. Turismo y atractivos turísticos Risaralda

La diversidad geográfica y cultural de Risaralda facilita una amplia gama de productos turísticos que redundan en beneficio y satisfacción de todos los gustos, necesidades de entretenimiento, descanso y placer de los visitantes. Aspectos que motiva a diferentes turistas del mundo a recorrer todo y cada uno de sus territorios, ofreciendo actividades como lo son las fiestas folclóricas, actividades deportivas como el lanzamiento de parapente en el municipio de Apia y el ciclomontañismo, avistamientos de aves, caminatas ecológicas, Bienes arquitectónicos, aguas termales y cascadas en el Municipio de Santa Rosa de Cabal y las fincas del café distribuidas por todos los municipios del Departamento Risaraldense, iniciativa que ha permitido al departamento incrementar sus indicadores turísticos gracias a todo el tema que gira en torno al paisa Cultural cafetero y el triángulo del café.

MINCIT “Risaralda, con 14 municipios en total, está ubicado en el centro del Triángulo del Café, región de Colombia que conforma junto con los departamentos de Quindío y Caldas, y es foco de desarrollo comercial e industrial del occidente colombiano” (P. 14).

Actualmente la Gobernación de Risaralda le apunta a un gran proyecto llamado “Pueblos con Encanto” con el objetivo de llamar la atención de los diferentes turistas por medio de las nuevas fachadas llenas de color y vida en las propiedades más emblemáticas de cada Municipio.

2.3.4. Gastronomía y ruta gastronómica Risaralda

A pesar de la gran biodiversidad Departamental, Risaralda no dispone de un abanico muy amplio de opciones y ofertas gastronómicas que permitan la generación y consolidación de una ruta gastronómica, ya que actualmente el único producto emblema del Departamento es el chorizo Santa Rosano. MINCIT “Un chorizo Santa Rosano se caracteriza por estar fabricado con carne de cerdo, magra, picada a mano, poco aliño y mucho amor”, revelan los herederos de la tradición gastronómica que por años ha caracterizado a Santa Rosa de Cabal” (P. 27).

Muchas personas pueden decir que existen otros productos que representan al Departamento como lo son la bandeja paisa, los tamales o envueltos tolimenses, el ajiaco santafereño y demás... platos que también están dentro de la oferta Gastronómica Risaraldense, pero la realidad es que dichos productos se han posicionado a nivel nacional (Colombia) teniendo su origen en diferentes zonas del país, así como su nombre emblema lo demuestra.

Al recorrerse la región se encuentran otros platos típicos como sancocho, en Marsella; medallones y quesos, en Santuario; gallina enterrada, fiambre y vinos de naranja, mora,

maracuyá y café, en Apía; sancocho de bagre, viudo de pescado y barbudo frito, en La Virginia; nalgas de ángel (envuelto), fiambre carambará, chiquichoques, frijoladas y aloja (chicha), en Quinchía; y general, otros platos típicos de la cocina antioqueña y criolla, como la tradicional bandeja paisa, que el visitante podrá saborear en cualquier restaurante de Risaralda. Tamal, empanada, papa rellena, chorizo, morcilla y fríjoles, siempre caerán bien si de sobremesa se incluye un sirope, o una mazamorra acompañada por un dulce de guayaba; o brevas y papaya en almíbares, como postre. (MINCIT, P. 27)

La generación de una ruta gastronómica del Departamento requiere de un proceso investigativo que permita rescatar e identificar ingredientes, procesos, procedimientos y técnicas culinarias que se han perdido con el pasar del tiempo, todo esto con el objetivo de consolidar y reforzar la gastronomía de cada territorio municipal para generar productos y platos autóctonos que representen a la región, motivando el turismo tanto nacional como internacional, y aprovechando los recursos únicos que posee Colombia y el Departamento de Risaralda.

2.3.5. Las rutas gastronómicas y su potencial en el desarrollo local

El desarrollo de un territorio es la consecuencia de la puesta en marcha del valor de los recursos humanos, culturales, naturales y materiales de cada zona en específico, y la planeación de los diferentes actores públicos y privados por medio de acciones y proyectos que fomentan el crecimiento turístico, económico y la preservación del patrimonio cultural del territorio. Por ende, las rutas gastronómicas son una excelente alternativa para mejorar los diferentes indicadores municipales, departamentales y nacionales.

Las rutas gastronómicas son valoradas como la segunda mejor opción de oferta gastronómica que pueda desarrollar un destino después de los eventos gastronómicos; Tanto en países en vía de desarrollo, como en países industrializados, las rutas gastronómicas han sido creadas como plataformas para dinamizar económicamente zonas agrícolas que históricamente se quedaron al margen de las actividades turísticas, mediante una propuesta de turismo sostenible, apostando por la preservación del medioambiente y de las culturas locales. Buiatti (Como se citó en Jeanbey, 2016, p. 1190)

2.4.Marco Legal

2.4.1. Decreto 3075 de 1997.

El sector de alimentos en Colombia es un importante renglón de la economía. En el país existe un gran número de pequeños y medianos productores de alimentos, quienes, para ser competitivos, deben asegurar la calidad e inocuidad de los alimentos, acatando las regulaciones actuales. El decreto 3075 de 1997 del Ministerio de Protección Social, establece un conjunto de Buenas Prácticas de Manufactura BPM, las cuales deben ser cumplidas por todas las industrias del sector alimentario.

2.4.2. Acodres (Asociación colombiana de la industria gastronómica)

La asociación está organizada como una federación en la cual cada capítulo propende por los intereses locales de sus afiliados y por el desarrollo sostenible de su región. A nivel nacional cuenta con una presidencia ejecutiva nacional encargada de ejecutar las políticas trazadas por la

Asamblea General de Delegados y por la Junta Directiva Nacional, en beneficio de la totalidad de afiliados del país.

Acodrés se ha posicionado como uno de los vehículos más importantes para el fortalecimiento del turismo que reúne al sector gastronómico colombiano y que ejerce influencia en las decisiones públicas que afectan el desarrollo del sector gastronómico del país.

2.4.3. Ley 80 de 1993

Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública. La presente ley tiene por objeto disponer las reglas y principios que rigen los contratos de las entidades estatales.

2.4.4. Resolución 1450 de 2013

Por la cual se adopta la metodología para la formulación y evaluación previa de proyectos de inversión susceptibles de ser financiados con recursos del Presupuesto General de la Nación y de los Presupuestos Territoriales.

2.4.5. Resolución 0252 de 2012

Por la cual se establece la metodología para la formulación de los proyectos de inversión susceptibles de financiamiento con cargo a los recursos del Sistema General de Regalías.

CAPITULO 3: DISEÑO METODOLÓGICO.

3.1.Diseño metodológico

Para el presente proyecto se define el método “descriptivo” ya que una de las funciones principales consiste en descubrir nuevas ideas y nuevas perspectivas, permitiendo la flexibilidad necesaria a los distintos aspectos del problema que se presenten a medida que avanza la investigación; el Tipo de estudio es retrospectivo ya que la información recolectada tiene su punto de partida en los hechos del pasado.

Tamayo (1999) afirma: “Se propone en este tipo de investigación describir de modo Sistemático las características de una población, situación o área de interés” (p. 44). Precisamente lo que se va a realizar es, describir los procesos, técnicas, ingredientes, productos e historias culinarias relacionadas con el estilo de vida que se ha transmitido de generación en generación.

Por otro lado, se utiliza un enfoque deductivo, que va de lo general a lo particular, y para lo cual Aktouf (2001) plantea “consiste en analizar lo particular a partir de lo general; en leer una situación concreta específica con la ayuda de una matriz teórica general preestablecida (...)” (p.35) y lo cual fundamenta el marco teórico de la investigación donde se parte de conceptos generales hasta llegar específicamente a los puntos o temas más relevantes para el proyecto.

A continuación, se define la metodología para dar respuesta a cada uno de los objetivos específicos y, por ende, dar respuesta al objetivo general de la investigación:

- Definir los conceptos que estructuran una ruta gastronómica:

Para definir los conceptos que estructuran el concepto de una ruta gastronómica, se lleva a cabo una revisión bibliográfica exhaustiva referente a la Gastronomía, el Turismo, las rutas, los atractivos turísticos, procesos, rutas gastronómicas, la valorización y valorización turística, realizadas en fuentes documentales que permiten identificar artículos científicos de los cuales se lograra extraer conceptos afines a la investigación inicial que se está realizando.

Los métodos que se utilizan son la investigación documental por medio de bibliografía relacionada al tema a investigar; estas fuentes y técnicas de recolección de información son en primera instancia secundarias, que se refieren a la revisión de libros, revistas, artículos científicos, periódicos y páginas web a fin de obtener la información suficiente para darle sustento a la investigación.

- Precisar los hitos y las actividades necesarias que se deben ejecutar para la implementación una ruta Gastronómica en el Departamento de Risaralda Occidente:

Durante el desarrollo del documento se precisan cada una de las actividades que se van a desarrollar durante la ejecución del proyecto; cada uno de los hitos contara con una serie de actividades y sub actividades que articulan cada uno de ellos en base a las necesidades que se van identificando en el proceso investigativo:

HITO 1: (Investigación).

HITO 4: (Ferias Gastronómicas).

HITO 2: (Difusión).

HITO 5: (Procesos Administrativos).

HITO 3: (Formación).

- Determinar el talento humano necesario para la implementación de una ruta Gastronómica en el Departamento de Risaralda Occidente:

El talento Humano se fija por medio de las metodologías de reclutamiento en base a los perfiles requeridos para cada una de las diferentes actividades y alcances que se precisan en el objetivo “Precisar las actividades que se van a desarrollar durante la ejecución del proyecto para la implementación de una ruta Gastronómica en el Departamento de Risaralda Occidente” y que se van a desarrollar durante la ejecución del proyecto.

- Estimar los recursos financieros para la implementación de una ruta Gastronómica en el Departamento de Risaralda Occidente:

Los recursos financieros necesarios para la ejecución del proyecto se Estiman de la siguiente manera; primero, por medio de la respuesta a los objetivos “Precisar las actividades que se van a desarrollar durante la ejecución del proyecto para la implementación de una ruta Gastronómica en el Departamento de Risaralda Occidente” y “Fijar el talento humano necesario para la implementación de una ruta Gastronómica en el Departamento de Risaralda Occidente”; y posteriormente se define una metodología para estimar los costos del proyecto.

- Construir las herramientas para el levantamiento de información, consolidación y estandarización de productos, procesos, procedimientos y establecimientos gastronómicos de los once (11) Municipios del Departamento de Risaralda Occidente:

La investigación de campo se desarrolla por medio de la elaboración de un instrumento cualitativo que incluye la observación, la entrevista no estructurada y una ficha de inventario gastronómico. La cual consiste en el abordaje cualitativo para la exploración del problema a través de la elaboración y aplicación de entrevistas.

Para Tamayo (2001): Esta investigación Tiende a ser de orden explicativa, en el cual se utiliza preferentemente información cualitativa, descriptiva y no cuantificada; Es usada en el estudio de pequeños grupos como comunidades, escuelas, salones de clase, entre otros y se caracteriza por la utilización de un diseño flexible para enfrentar la realidad y las poblaciones objeto de estudio en cualquiera de sus alternativas. (p. 54)

El objetivo de las técnicas de recolección en cuanto al tema de los datos es evidenciar información veraz y relevante para el proyecto de investigación. Los instrumentos para la recolección de la información surgen en base a la definición de las variables y se obtienen por medio de la comunicación con la comunidad o territorio de estudio (Departamento de Risaralda Occidente).

- Identificar las instituciones y los programas de aprendizaje nacional para la formación pertinente de los once (11) Municipios del Departamento de Risaralda Occidente:

Las instituciones se identifican mediante los procesos de formación, oferta académica y cobertura Departamental que disponga cada una de ellas; con el objetivo de estructurar y definir planes de estudio para fortalecer a cada uno de los municipios del Departamento de Risaralda Occidente en áreas como la gastronomía (formación en cocina, coctelería, pastelería, panadería y técnicas de preparación tradicionales), servicio al cliente y turismo.

Lo anterior con la finalidad de potencializar el turismo y la gastronomía en el Departamento y en cada uno de sus territorios de una manera efectiva al momento de tener una relación directa con el turista local, nacional e internacional.

CAPITULO 4: ESTUDIO DE MERCADO.

El estudio de mercados es el proceso de recopilación, procesamiento y análisis de información que en este caso para el proyecto es necesario para identificar necesidades y finalmente la toma de decisiones al momento que este se vaya a ejecutar; este estudio se divide en los siguientes apartados:

4.1. Resumen Ejecutivo para el plan de mercado

El presente documento se compone inicialmente de su resumen ejecutivo con una pequeña introducción sobre lo que es y significa el proyecto de una ruta gastronómica en el Departamento de Risaralda Occidente, seguido de una serie de Objetivos relacionados con el tema de mercados y la generación de instrumentos para el levantamiento de información pertinente y la metodología de investigación que será aplicada. Posteriormente se analizan los resultados que arroja la aplicación del instrumento y finalmente una serie de conclusiones y recomendaciones para la modificación de las herramientas existentes y la implementación de nuevos métodos.

A continuación, se presenta un pequeño resumen sobre el tema el proyecto; el desarrollo de este se realiza mediante unos procesos que permitan la realización de trabajos en campo, difusiones y sensibilización, generación de portafolios de productos, estándares y formación técnica de los establecimientos en cada uno de los once (11) municipios del Departamento de Risaralda Occidente; destacando la necesidad de dar sentido de pertenencia e identidad a la región para consolidarla como un destino turístico gastronómico.

Las fases de formulación se desarrollan en un (1) año y la ejecución del proyecto en los once (11) Municipios del Departamento de Risaralda Occidente se ejecuta por parte de la Gobernación de Risaralda durante un periodo de tres (3) años. Lo anterior con el fin de dinamizar la economía territorial para promover y valorizar los alimentos y la cultura gastronómica Departamental a través de las diferentes expresiones culinarias de la región.

Como servidor público del Departamento, La gobernación de Risaralda a través de la Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad en aras de promover y posicionar el turismo, la gastronomía y la cultura Departamental por medio de los Municipios y su comunidad, se presenta el proyecto definido como **“Procesos previos para la implementación de una ruta Gastronómica y la valorización turística del Departamento de Risaralda Occidente”**, el cual tiene como objetivo Implementar los procesos para el diseño de la Ruta; la cual se define como:

Un itinerario que permite reconocer y disfrutar de forma organizada el proceso productivo agropecuario, industrial y la degustación de la cocina regional, Las rutas gastronómicas se organizan en torno a un producto clave que caracteriza la ruta. Esta debe ofrecer a quienes la recorren una serie de placeres y actividades relacionadas con los elementos distintivos del territorio: comida, producción agrícola, actividades rurales, entretenimientos en la naturaleza y actividades propias de la cultura regional. Barrera (Como se citó en Hernández, 2015, p. 23)

4.1.1. Objetivo de la Investigación

El objetivo específico de proyecto “Construir las herramientas para el levantamiento de información, consolidación y estandarización de productos, procesos, procedimientos y establecimientos gastronómicos de los once (11) Municipios del Departamento de Risaralda Occidente”, permite desarrollar, aplicar y analizar un instrumento tipo encuesta para una prueba piloto, con la siguiente finalidad. Primero, recolectar la información necesaria por parte de los establecimientos gastronómicos y la comunidad de cada municipio del Departamento de Risaralda Occidente; segundo, evidenciar los procesos tanto internos como externos de cada uno de ellos respecto a los temas de formación, conocimiento y aplicación de la cultura gastronómica tradicional, y la participación en el desarrollo Territorial; y tercero, revisar la efectividad y conveniencia del instrumento que se aplica.

4.1.2. Metodología de la Investigación

Inicialmente la metodología de la investigación parte de la recopilación y revisión de datos secundarios. Los métodos que se utilizan son la investigación documental por medio de bibliografía relacionada al tema a investigar; estas fuentes y técnicas de recolección de información son en primera instancia secundarias, que se refieren a la revisión de libros, revistas, artículos científicos, periódicos y páginas web a fin de obtener la información suficiente para darle sustento a la investigación.

Para el desarrollo se lleva a cabo una revisión bibliográfica exhaustiva referente a la Gastronomía, el Turismo, las rutas, los atractivos turísticos, procesos, rutas gastronómicas, la

valorización y valorización turística, realizadas en fuentes documentales que permiten identificar artículos científicos de los cuales se lograra extraer conceptos afines a la investigación inicial que se está realizando.

Posteriormente en la investigación se estarán desarrollando una serie de instrumentos para la recolección de datos primarios, aquellos que son Obtenidos por una empresa o un investigador para poder atender un problema específico de investigación ya que dichos datos no existen y no están publicados, por ende El investigador debe iniciar un proceso completo de investigación de mercados para la recolección por medio de dos instrumentos que se tienen contemplados tener terminados para su aplicación a diciembre de 2019 y/o enero de 2020.

4.1.3. Diseño de Investigación:

Respecto al diseño de la investigación, se considera pertinente realizar el proceso desde el método exploratorio y descriptivo, con el objetivo de indagar un poco más en datos más específicos sobre la situación problema y complementar los objetivos y alcances ya definidos en la ejecución del proyecto.

Esto se realiza por medio de una investigación cualitativa directa, usando un instrumento tipo entrevistas en profundidad con una población muy específica y con conocimientos en el turismo y la gastronomía del Municipio a trabajar. Para la presente entrega, este instrumento mencionado aún no se genera, ya que inicialmente se desarrolla la herramienta tipo encuesta estructurada donde se busca describir un fenómeno o una problemática y es aplicada para obtener información específica.

Adicional, una de las funciones principales consiste en descubrir productos, procesos y procedimientos gastronómicos que permitan generar nuevas ideas y nuevas perspectivas, permitiendo la flexibilidad necesaria a los distintos aspectos del problema que se presenten a medida que avanza la investigación. Tamayo (1999) afirma: “Se propone en este tipo de investigación describir de modo Sistemático las características de una población, situación o área de interés” (p. 44). Precisamente lo que se va a realizar es, describir los procesos, técnicas, ingredientes, productos e historias culinarias relacionadas con el estilo de vida que se ha transmitido de generación en generación.

El objetivo de las técnicas de recolección en cuanto al tema de los datos es evidenciar información relevante para el proyecto de investigación. Los instrumentos para la recolección de la información surgen en base a la definición de las variables y se obtienen por medio de la comunicación con la comunidad o territorio de estudio (Departamento de Risaralda Occidente).

4.1.4. Método de recolección de datos

Instrumento tipo encuesta, la información suministrada fue vía internet por medio de la herramienta Google Drive y WhatsApp para compartir el enlace a los diferentes establecimientos gastronómicos. En total se diligenciaron quince (15) encuestas y el instrumento esta conformado por 21 preguntas, estructuradas de la siguiente manera; dos de ellas son preguntas abiertas, y las diecinueve (19) restantes son cerradas, entre ellas se usa el método escala de clasificación continua, pregunta de respuestas múltiples, semi-cerradas y también la escala de Likert.

4.1.5. Tipo de muestra y tamaño muestral

- Universo: Restaurantes y población de los once (11) Municipios del Departamento de Risaralda Occidente con conocimiento en el ámbito del turismo y tradiciones gastronómicas.
- Método: Aleatorio simple.
- Tamaño de la muestra: 15 restaurantes del Departamento de Risaralda para la prueba piloto y adicional, soportar la pertinencia de la investigación, ya que el dato general depende de una población con conocimientos muy específicos en cada municipio y el número de establecimientos gastronómicos formales e informales en cada uno de ellos.

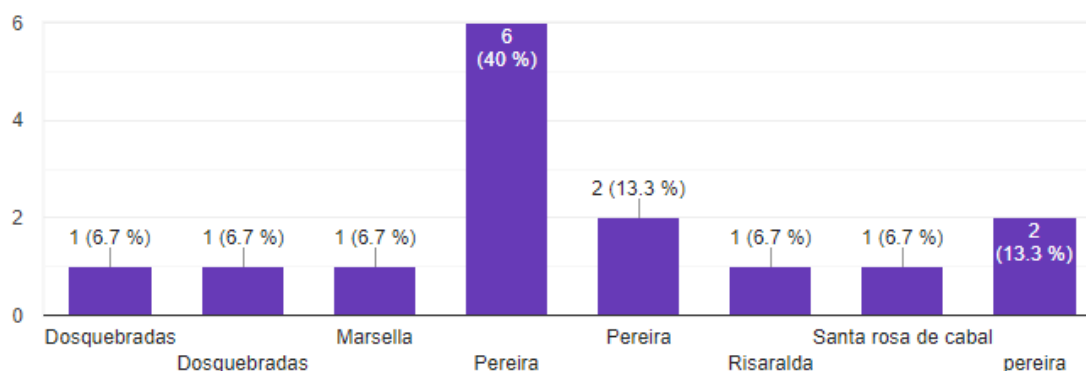
4.1.6. Análisis de Resultados aplicación del instrumento

Previo al análisis de resultados, se aplica un instrumento tipo encuesta para realizar la prueba piloto y tomar las medidas correctivas necesarias; adicional se revisan los resultados para dar un soporte adicional a la pertinencia del proyecto.

Dicho instrumento consta de veintidós (22) preguntas, su aplicación fue a quince (15) restaurantes del Departamento de Risaralda y sus resultados fueron los siguientes:

1. Municipio

15 respuestas



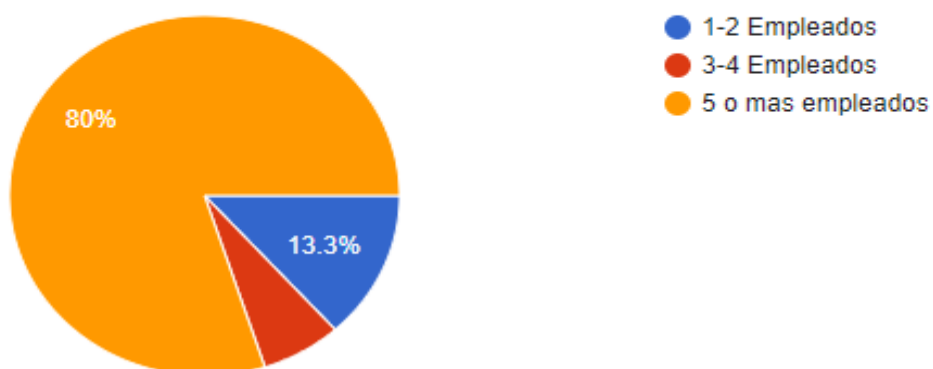
2. Nombre del establecimiento (15 respuestas)

1. Casaaa	2. Pizzería Artesanal a la Rústica
3. El taburete	4. Vita Salata
5. Czardas	6. El viajero
7. Grajales	8. Ricuras de Nubia
9. La estancia	10. Ámbar
11. Gauchos	12. Delicias el Portal
13. Sazón y Sabor	14. Donde Andrea

Análisis de resultados de los puntos uno (1) y dos (2): Se puede evidenciar en estos resultados el nombre de los quince (15) establecimientos encuestados y el municipio donde se encuentran ubicados. En el gráfico se evidencia que el 73,3 % de ellos se encuentran ubicados en el municipio de Pereira; seguido Dosquebradas con un 20,1 % y finalmente Marsella con una participación del 6,7%. Cabe aclarar que el instrumento final será aplicado en la Zona Occidente del Departamento de Risaralda.

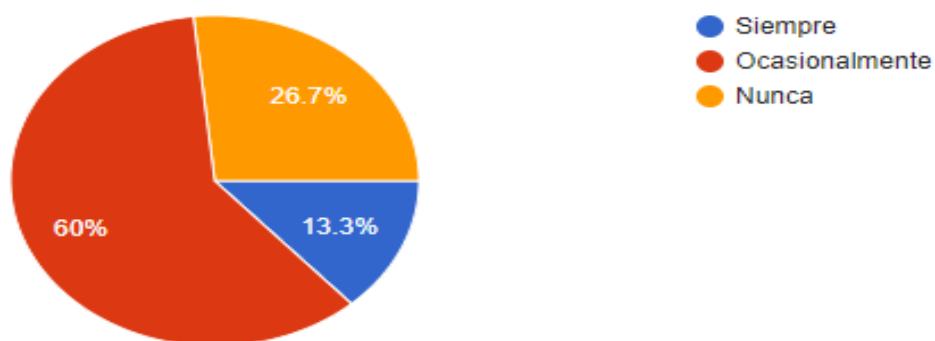
3. Numero de Empleados que tiene su establecimiento

15 respuestas



4. ¿Invierte en formación para sus empleados?

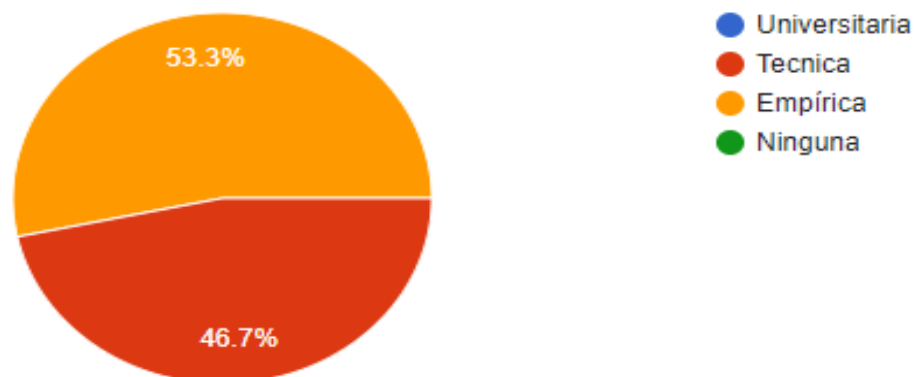
15 respuestas



Análisis de resultados de los puntos tres (3) y cuatro (4): En los puntos mencionados se evidencia que en gran proporción (equivalente a un 80%) de los establecimientos cuenta con más de cinco (5) empleados. Adicional, se identifica una gran falencia y es claramente la poca inversión que realizan sus administrativos o socios en los temas de formación, un punto extremadamente importante para el desarrollo de sus establecimientos de comida, ya que este punto juega un papel crucial al momento de innovar, tanto en servicio como en producto.

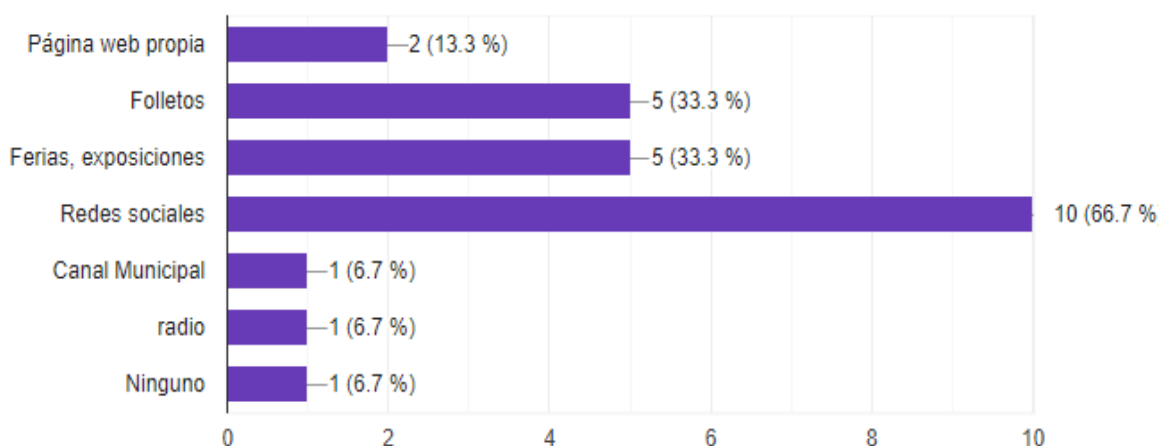
5. Nivel de formación de sus empleados (mayoritariamente)

15 respuestas



6. ¿Qué medios utiliza para publicitarse y promocionarse?

15 respuestas

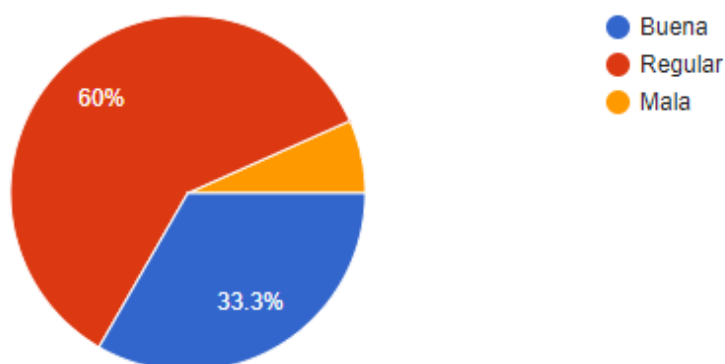


Análisis de resultados puntos cinco (5) y seis (6): En este apartado se puede continuar con la discusión respecto a los dos puntos anteriores; ya que permite complementar y argumentar de una manera más efectiva la falta de formación de los empleados que hacen parte de los establecimientos. En él se evidencia claramente que un porcentaje muy alto cuenta con una

formación empírica (53,3%) y el 46, 7% restante equivale a la formación técnica básica; formación que de alguna manera no permite la transmisión de conocimiento a los clientes finales. Requisito fundamental al momento de que un establecimiento haga parte de una ruta gastronómica, ya que temas como el servicio al cliente, técnicas de cocina, conocimientos históricos y tradicionales de los platos, y hasta incluso dominar un segundo idioma, son papeles importantes para ser parte de estos procesos culinarios. Adicional, se identifica que los medios de publicidad han ido cambiando con el pasar de los años, donde se han dejado a un lado los medios radiales y televisivos, adaptando nuevas tendencias como lo son las redes sociales, ya que este último permite la captación de un público mucho mayor a menores costos.

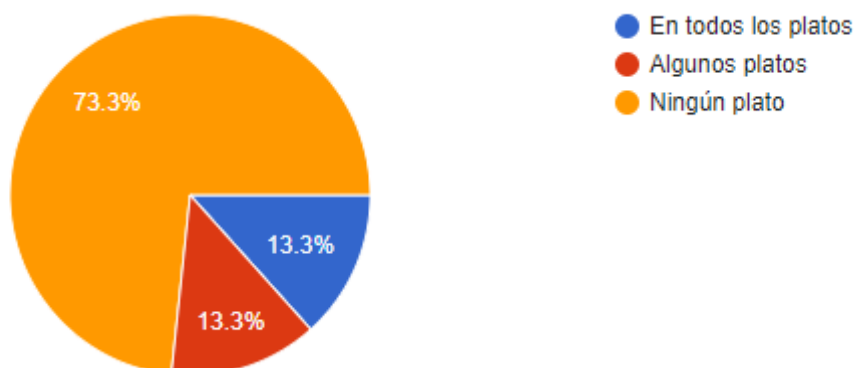
7. ¿Cómo valora usted la situación actual del turismo gastronómico del municipio?

15 respuestas



8. En la carta de su establecimiento: ¿ nombra o hace referencia a los productos de Origen Municipal?

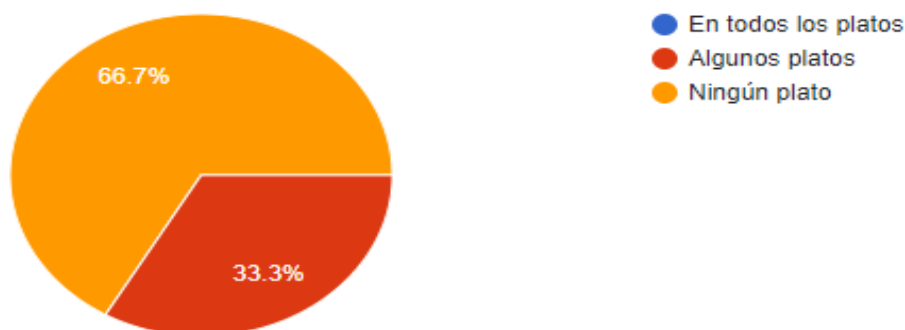
15 respuestas



Análisis de la pregunta siete (7) y ocho (8): los establecimientos encuestados en base a su experiencia y perspectiva de los temas gastronómicos territoriales, consideran que el turismo referente al tema es bueno en un 33, 3 % y el 60 % considera que es regular, se puede asumir que la falta de apropiación, conocimiento, innovación y aplicación de los productos autóctonos del Departamento y sus municipios no son aprovechados, lo que impide crear una identidad al no dar a conocer los platos emblema en el contexto local, nacional e internacional. Por ende, sus cartas y presentación del menú no hacen referencia a los productos de origen territorial, ya que los resultados muestran que un 73, 3 % de los establecimientos no cuentan con este apartado en sus establecimientos.

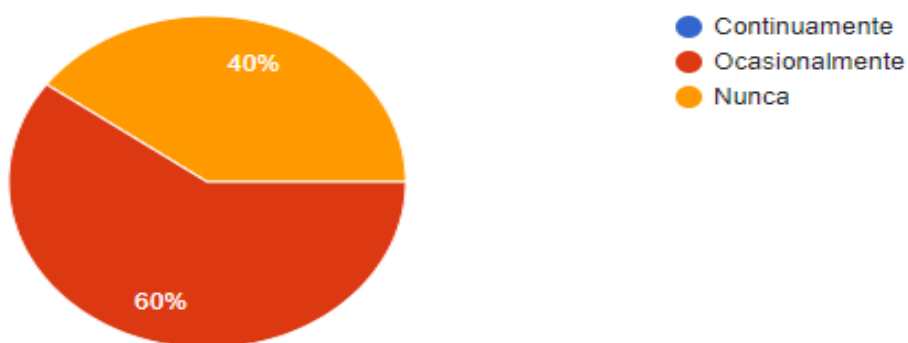
9. Dentro de su carta, nombra los platos utilizando el origen de la materia prima?

15 respuestas



10. ¿Su personal ha recibido alguna formación en los temas de denominación de Origen y productos autóctonos Municipales?.

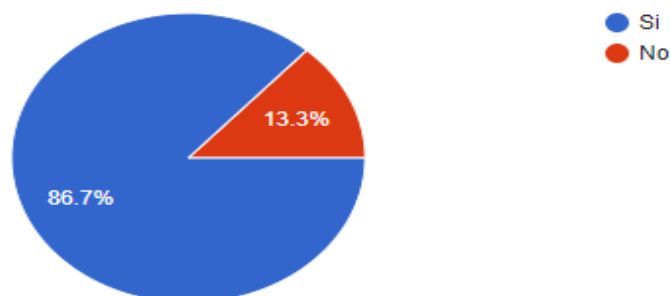
15 respuestas



Análisis de la pregunta nueve (9) y diez (10): Al no contar los establecimientos con una carta o un menú que evidencie la procedencia de sus productos y/o materia prima (66,7 % ningún plato y 33,3 % algunos platos), no es relevante y no se considera conveniente invertir en formación para los empleados en los temas de “denominación de Origen y productos autóctonos”, ya que la poca evidencia de estos temas en los apartados de su menú, evitan la curiosidad de los clientes y por ende no hay motivación para conocer la historia, el origen y la procedencia de los productos y platos que se ofrecen.

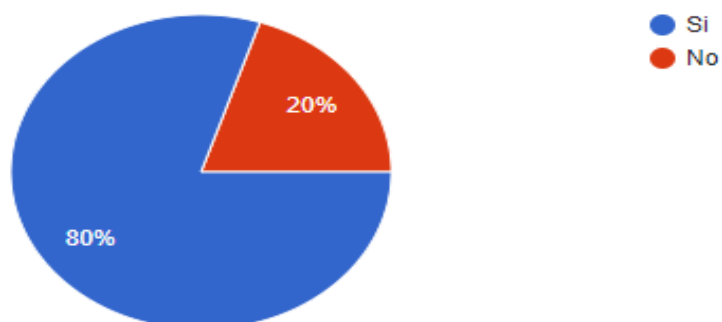
11. Cuando introduce un plato nuevo en su oferta gastronómica o carta ¿Tiene en cuenta el uso de productos municipales?

15 respuestas



12. ¿Cree que es un buen argumento de venta el utilizar productos autóctonos del municipio?

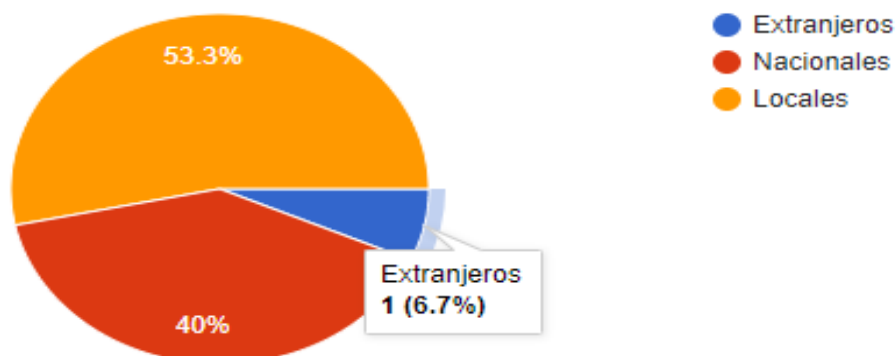
15 respuestas



Análisis de la pregunta once (11) y doce (12): Los dos puntos que se analizan a continuación arrojan datos alentadores, el primero es que más del 86% de los establecimientos usan los productos y materia prima de su territorio y el 80% de ellos consideran un que usar dichos productos es un buen argumento de venta. Es importante resaltar que al ser parte de una ruta gastronómica es fundamental el uso de los productos de origen, ya que estos hacen referencia a la identidad territorial, tanto del municipio como del Departamento.

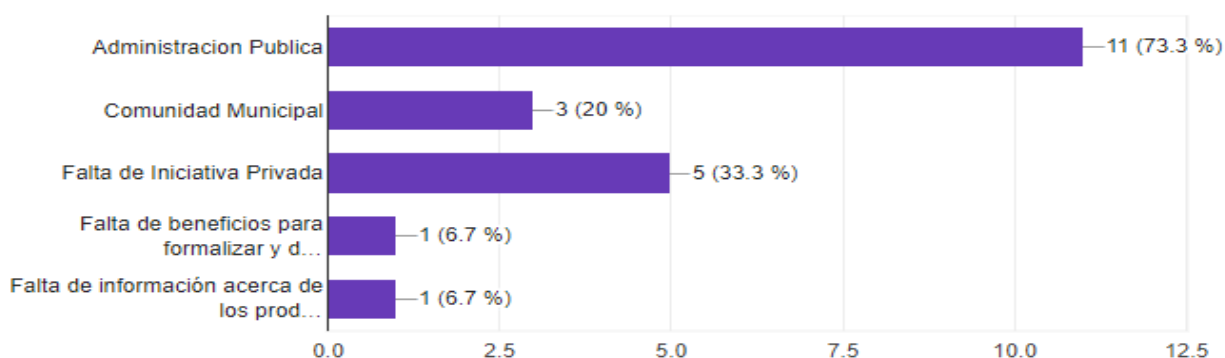
13. ¿Cuál es la procedencia de la mayoría de sus clientes?

15 respuestas



14. ¿Cuál es la mayor barrera para el desarrollo del departamento en el ámbito del turístico gastronómico?

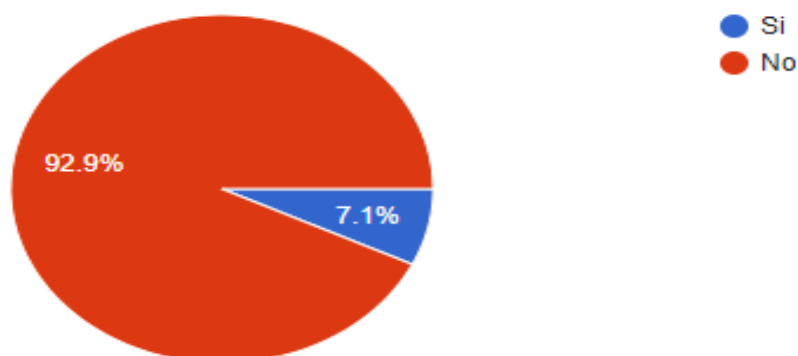
15 respuestas



Análisis de la pregunta trece (13) y catorce (14): Este apartado evidencia claramente que actualmente se presenta poco flujo de turistas extranjeros en los establecimientos gastronómicos, esto se debe a que el departamento y cada uno de sus municipios no tiene una identidad definida, ni productos emblemáticos que motive la visita de los clientes extranjeros. Por ende, la mayoría de estos clientes son de origen tanto local (53 %) como nacional (40 %). Según los encuestados, dicho problema radica en las barreras que impiden el desarrollo de estos temas por parte de la administración pública en un 73,3 %, generando como consecuencia la falta de iniciativa privada en un 33,3 %, ya que no se ejecutan proyectos que intervengan en el turismo gastronómico Departamental.

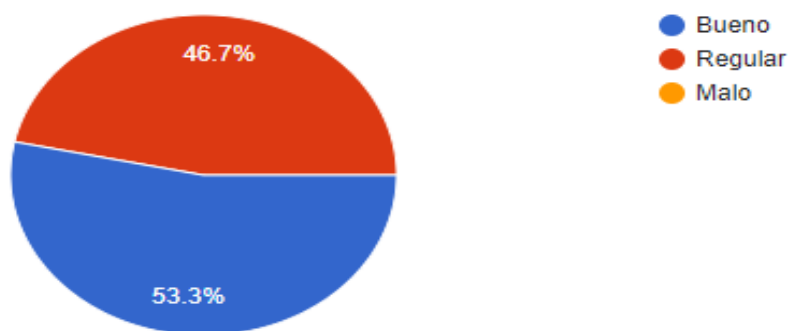
15. ¿Participa de forma activa en la toma de decisiones y la planificación territorial de su Municipio?

14 respuestas



16. ¿Cómo valora el atractivo que representan los productos del municipio para atraer el turismo?

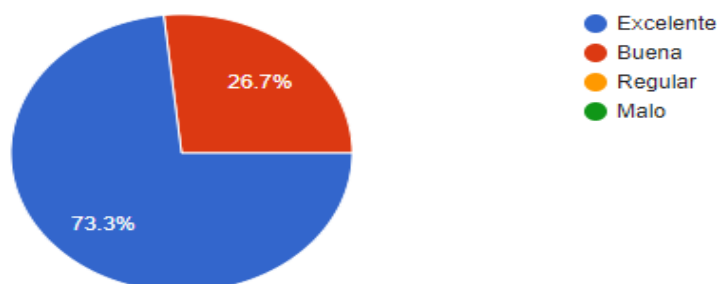
15 respuestas



Análisis de la pregunta quince (15) y dieciséis (16): Es claro que los establecimientos no tienen influencia en las decisiones y planificación territorial (92,9 %), ya que la falta de proyectos que intervengan el turismo Gastronómico tanto municipal como departamental no se tienen en cuenta como políticas de desarrollo; potencial gigante que tiene el territorio debido a la gran biodiversidad geográfica que no es aprovechado, ya que se considera y se evidencia que los productos que se ofrecen en términos generales (Independientemente del tema gastronómico) son atractivos para los turistas.

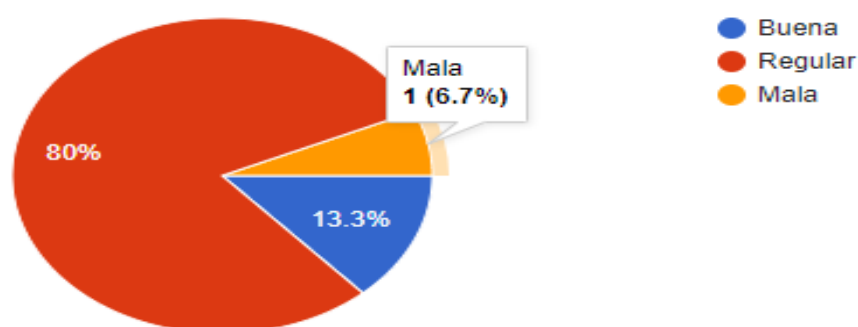
17. ¿Cómo valoraría la inclusión de su restaurante a una ruta gastronómica tanto del municipio como del departamento para atraer el turismo a su establecimiento?

15 respuestas



18. ¿Cómo valora la situación actual en número de turistas gastronómicos que visitan el establecimiento?

15 respuestas

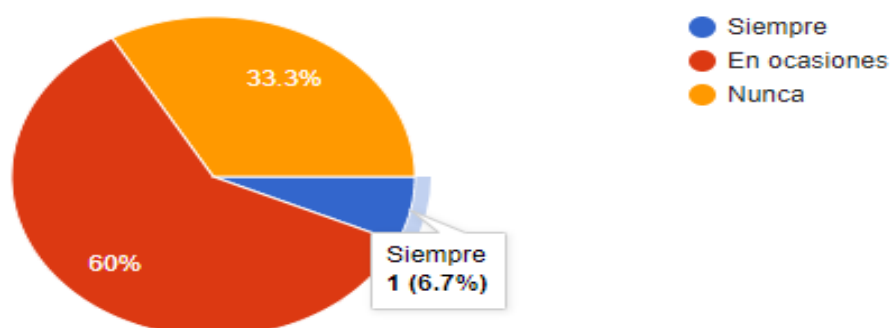


Análisis de la pregunta diecisiete (17) y dieciocho (18): los dos puntos que se analizan a continuación muestran claramente la necesidad de comenzar a trabajar en la implementación de una Ruta Turística Gastronómica para el Departamento de Risaralda, ya que al tener unos documentos formalizados que evidencien los establecimientos turísticos más emblemáticos, muchos de ellos consideran excelente (73, 3 %) la idea de ser parte del proceso, potencializando la visita de clientes y turistas a los diferentes lugares gracias a la difusión, conocimiento y experiencias que puede ser transmitidas a nivel nacional como internacional. Generando unos atractivos turísticos y por ende el incremento en el número de Turistas interesados en conocer el

tipo de cocina tradicional de cada territorio, ya que el instrumento arroja que un 80 % de los encuestados valoran como “regular” las visitas de dichos turistas a sus establecimientos.

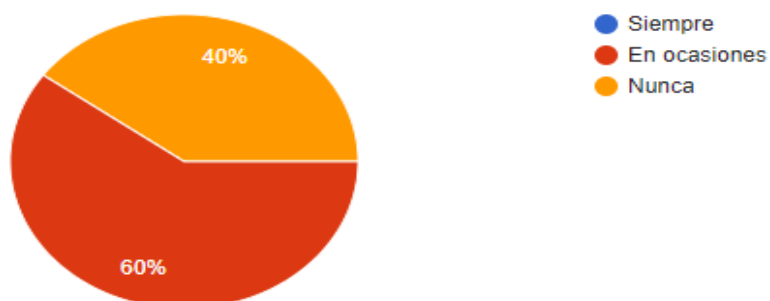
19. En su establecimiento: ¿tiene visibles productos de Origen Municipal?

15 respuestas



20. ¿Comparte con sus clientes sobre los productos de origen y platos autóctonos del municipio?

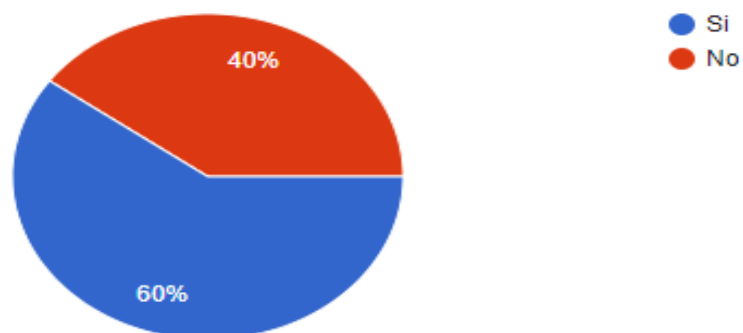
15 respuestas



Análisis de la pregunta diecinueve (19) y veinte (20): Es claro que en gran medida los establecimientos no tienen a la vista productos emblemáticos de origen municipal o regional, lo que genera una falta de identidad de su parte. Por ende, no se presenta la necesidad de compartir con los clientes y aclarar dudas referentes a los temas culturales, históricos y gastronómicos tradicionales ya que no se genera la motivación necesaria por parte del establecimiento a sus clientes.

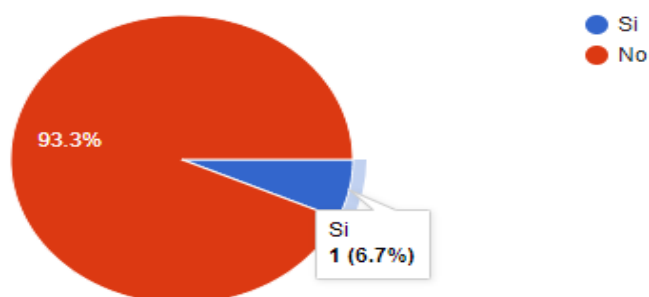
21. ¿Considera que los productos Gastronómicos que ofrece el municipio son atractivos para los turistas?

15 respuestas



22. ¿Considera que el Departamento de Risaralda tiene definida una ruta Gastronómica con los productos mas representativos de cada municipio?

15 respuestas



Análisis de la pregunta veintiuno (21) y veintidós (22): Los productos gastronómicos Municipales y Departamentales son considerados atractivos en un 60%, mientras que el 40% restante considera que no lo son, esto se debe a que el 93, 3% de los establecimientos encuestados están de acuerdo en que el Departamento de Risaralda no tiene definida una ruta gastronómica que represente o genere una identidad a cada uno de los territorios que lo conforman, he ahí la necesidad de comenzar a ejecutar proyectos que intervengan en la valorización del Turismo gastronómico Departamental y municipal por medio de los planes de desarrollo.

4.2.Conclusiones y Recomendaciones de los resultados

La aplicación del instrumento permite la recolección de información muy importante para tener en cuenta al momento de ejecutar el proyecto, factores tales como la formación de los establecimientos, el conocimiento y la adaptación que tiene los establecimientos sobre los productos culturales e históricos de su territorio, al igual que analizar la perspectiva que tienen respecto a los platos y la gastronomía emblema de los municipios y el Departamento en general; dejando en evidencia que hay un camino largo por recorrer para finalmente lograr la implementación de una ruta gastronómica.

A pesar de los buenos resultados que arrojó el instrumento, es necesario corregir algunos puntos y complementar otros para tener un conocimiento más amplio de la problemática que hay actualmente en el sector del turismo gastronómico. Como, por ejemplo, generar algunas preguntas abiertas para identificar específicamente las problemáticas, ampliar algunas opciones de respuesta y modificar algunos puntos que presentaron inconvenientes como lo fue el Municipio de Ubicación.

En base a lo mencionado anteriormente, el proyecto tiene definido que es necesario aplicar dos instrumentos. La prueba que se realizó con este primer instrumento deja en evidencia lo pertinente y necesario que es generar, desarrollar y aplicar una segunda herramienta “tipo entrevista”, esto con el objetivo de identificar y conocer los platos, productos y materias primas tradicionales, al igual que su historia y las técnicas de preparación que tienen cada municipio del Departamento de Risaralda Occidente para que estas sean aplicadas a los procesos de formación de cada establecimiento y comience a adaptar nuevos procesos en sus actividades gastronómicas.

CAPÍTULO 5: PLAN TÉCNICO Y ADMINISTRATIVO DEL PROYECTO.

El plan técnico y administrativo se refiere a aquel apartado en donde inicialmente se contemplan los recursos, los aspectos técnicos, administrativos y operativos necesarios para una afectiva ejecución de las diferentes actividades que contemplan el proyecto; en él se define una consecución de fases, etapas y áreas a través de las cuales se llevan a cabo los procesos de planificación, ejecución, monitoreo y control, y cierre de actividades.

Tabla 1: Gestión Áreas de Conocimiento

Áreas de conocimiento	Proceso:
Gestión de Requisitos	actividades que permiten al equipo de proyecto identificar, controlar y seguir los requisitos y sus cambios en cualquier momento para gestionar las relaciones entre los interesados y las diferentes dependencias.
Gestión del alcance y (EDT)	Incluir todo el trabajo requerido en la ejecución del proyecto.
Gestión del Tiempo (Cronograma)	Gestionar todas y cada una de las actividades en los tiempos establecidos.
Gestión de la Calidad	Determinar responsabilidades, Objetivos y políticas para que el proyecto cumpla con cada uno de los requisitos, requerimientos y especificaciones de manera efectiva.
Gestión de los Recursos Humanos	La definición de la estructura organizacional del proyecto con los diferentes compromisos y actividades del equipo ejecutor para el logro de los objetivos.
Gestión de las Comunicaciones	El plan para una adecuada relación entre las diferentes líneas de comunicación para los integrantes del proyecto.
Gestión de los Riesgos	La gestión de las actividades que pueden generar incertidumbre con el objetivo de planear las diferentes estrategias para enfrentar los acontecimientos que puedan afectar de manera positiva o negativa la ejecución el proyecto.
Gestión de las Adquisiciones	La gestión de todos aquellos bienes y servicios externos que serán requeridos y posteriormente adquiridos fuera de la organización para cumplir con los objetivos del proyecto.
Gestión de los Interesados	La identificación de todas aquellas personas o áreas involucradas en el proyecto o que de alguna manera se vean afectadas por la ejecución del mismo para gestionar las expectativas y por ende, alcanzar los objetivos formulados en el proyecto.

Fuente: Elaboración propia con base en “La Guía del PMBOK”

5.1.Gestión de los requisitos

Conjunto de actividades que permiten al equipo de proyecto identificar, controlar y seguir los requisitos y sus cambios en cualquier momento para gestionar las relaciones entre los interesados, las dependencias y otros elementos con sus especificaciones para asegurar la consistencia entre los requisitos por medio de las diferentes herramientas.

- Lista de interesados claves: Gobernación de Risaralda, Secretaria de Desarrollo y Competitividad, Dirección de Proyectos, Comfamiliar Risaralda, Comunidad Municipal, Servicio Nacional de Aprendizaje – Sena, Restaurantes Municipales, Acodres, Alcaldías Municipales, Secretaria de Turismo.
- Técnicas que se utilizarán para recopilar requisitos: Trabajos de campo, Entrevistas, Encuestas, Observación, Conferencias, Mesas de trabajo, Benchmarking, Talleres de Formación.

5.1.1. *Matriz de Recopilación de Requisitos*

- Secretaria de Desarrollo Económico y Competitividad: Implementar la Ruta Gastronómica de los municipios del Departamento de Risaralda; Aumento del progreso empresarial de las MYPIMES// Prioridad: 10 (ALTA).
- Dirección de Proyectos: Procesos de selección transparentes; tener en cuenta las opiniones de la comunidad del municipio en cuanto al proceso de elaboración de los platos típicos// Prioridad: 9 (MEDIA)

- Comfamiliar Risaralda: Entrega de información veraz, completa y oportuna sobre platos y productos típicos para elaboración de programas académicos y contenidos; Cumplir con las horas de formación establecidas// Prioridad: 10 (ALTA)
- Comunidad Municipal: Información integral, oportuna y concreta sobre el proyecto y las etapas del proceso que involucran a la comunidad. Incluir dentro del proyecto personas y establecimientos oriundos de cada región// Prioridad: 9 MEDIA
- Servicio Nacional de Aprendizaje Sena: Entrega de información veraz, completa y oportuna sobre platos y productos típicos para elaboración de programas académicos y contenidos. Cumplir con las horas de formación establecidas// Prioridad: 10 ALTA
- Restaurantes Municipales: La elaboración de los platos típicos se realice con productos cultivados en el municipio si estos los contienen// Prioridad: 9 MEDIA
- ACODRES: Portafolio de platos típicos de calidad para promover a nivel Nacional e Internacional. Establecimientos certificados en buenas prácticas de procesamiento de alimentos y atención al cliente// Prioridad: 8 MEDIA
- Alcaldías Municipales: Realización de proceso incluyente que integre a toda la comunidad municipal, tomando en consideración veredas y corregimientos. Generación de empleo directa o indirectamente a mano de obra calificada y no calificada autóctona de la región. Contratar medios audiovisuales (emisoras, periódicos, canales regionales, etc.) originarios de cada

municipio para cada una de las etapas del proceso de difusión del proyecto// Prioridad: 7

BAJA

- Secretaria de Turismo: Portafolio de platos típicos de calidad para promover a nivel Nacional e Internacional y Diseño de la Ruta Gastronómica// Prioridad: 8 MEDIA

5.1.2. Matriz de Trazabilidad de Requisitos

- Secretaria de Desarrollo Económico y Competitividad: Implementar la Ruta Gastronómica de los municipios del Departamento de Risaralda; Aumento del progreso empresarial de las MYPIMES// Importancia: 10.
- Dirección de Proyectos: Procesos de selección transparentes; tener en cuenta las opiniones de la comunidad del municipio en cuanto al proceso de elaboración de los platos típicos// Importancia: 9// Entregable: Portafolio de la Ruta Gastronómica para el Departamento de Risaralda por Municipios, productos y establecimientos.
- Comfamiliar Risaralda: Entrega de información veraz, completa y oportuna sobre platos y productos típicos para elaboración de programas académicos y contenidos; Cumplir con las horas de formación establecidas// Importancia 10// Entregable: Plan de formación sobre la estandarización de procesos, procedimientos y productos. • Certificación de aprobación de formación.

- Comunidad Municipal: Información integral, oportuna y concreta sobre el proyecto y las etapas del proceso que involucran a la comunidad. Incluir dentro del proyecto personas y establecimientos oriundos de cada región// Importancia: 9.
- Servicio Nacional de Aprendizaje – Sena: Entrega de información veraz, completa y oportuna sobre platos y productos típicos para elaboración de programas académicos y contenidos. Cumplir con las horas de formación establecidas// Importancia: 10// Entregable: Plan de formación sobre buenas prácticas en atención al cliente. • Certificación de aprobación de formación.
- Restaurantes Municipales: La elaboración de los platos típicos se realice con productos cultivados en el municipio si estos los contienen// Importancia: 9.
- Acodres: Portafolio de platos típicos de calidad para promover a nivel Nacional e Internacional. Importancia: 8.
- Alcaldías Municipales: Realización de proceso incluyente que integre a toda la comunidad municipal, tomando en consideración veredas y corregimientos. Generación de empleo directa o indirectamente a mano de obra calificada y no calificada autóctona de la región. Contratar medios audiovisuales (emisoras, periódicos, canales regionales, etc.) originarios de cada municipio para cada una de las etapas del proceso de difusión del proyecto// Importancia: 7
- Secretaria de Turismo: Portafolio de platos típicos de calidad para promover a nivel Nacional e Internacional y Diseño de la Ruta Gastronómica// Importancia: 8

5.2.Gestión del alcance

Descripción de los límites del proyecto, define que actividades se van a realizar para lograr los objetivos por medio del conjunto de actividades que el proyecto define y que luego usara para constituir el cronograma y el presupuesto del mismo. Las herramientas incluyen los procesos requeridos para la ejecución para completar el proyecto de manera exitosa.

5.2.1. *Descripción del Plan de Gestión del Alcance*

- Descripción del Producto del Proyecto: La ruta gastronómica para el departamento de Risaralda es un proyecto que busca generar identidad en los municipios de Risaralda al destacar productos y/o platos típicos de cada municipio, teniendo en cuenta que en la actualidad no existe dicha distinción. De la misma manera, ser una alternativa para contribuir al desarrollo e incremento de fuentes de ingreso promoviendo el turismo gastronómico. Por medio de acuerdos con instituciones como el SENA y Comfamiliar Risaralda coadyuvar en la formación y buenas prácticas con estándares de calidad en la elaboración de alimentos dando seguridad a los consumidores y turistas que frecuentan cada municipio.
- Descripción del esfuerzo del Proyecto: Trabajo de campo durante la ejecución por parte del equipo de proyecto a los diferentes municipios de Risaralda de acuerdo a las necesidades identificadas en cada etapa, realizar investigación cultural e identificación de productos típicos en todos los municipios del departamento.

Además, involucrar aliados estratégicos para tener mayor impacto en la promoción de eventos gastronómicos, entregando la información consolidada de los resultados a través de la

realización de informes periódicos, procesos de las convocatoria y contratación transparente de proveedores (bienes y servicios); elaboración de campañas para la promoción de la ruta gastronómica, contratación de medios de comunicación y difusión en diferentes etapas.

- Enunciado de Alcance: Elaboración y entrega de la Ruta Gastronómica Para El Departamento de Risaralda basado en un proceso investigativo integral, transparente e incluyente con toda la sociedad Risaraldense, respetando la diversidad cultural y las tradiciones de las comunidades territoriales.
- Los entregables del proyecto se relacionan en detalle a continuación: Documentos de Investigación y registros sobre productos y platos autóctonos de los diferentes municipios del Departamento de Risaralda:
 - Estandarización de ingredientes, cantidades y preparación de los diferentes platos por cada uno de los Municipios.
 - Documentos con los programas de formación pertinentes para cada municipio en base a la necesidad (Programas gastronómicos, manipulación de alimentos, servicio al cliente, turismo sostenible y formalización empresarial).
 - Listados con los registros y certificados de las personas formadas por Municipio con sus respectivas áreas del conocimiento.
 - Solicitud de requerimientos para las jornadas (Ferias Gastronómicas) en el Municipio de Pereira con documentación como: los listados de asistentes y empresas por municipio, listado de muestras gastronómicas, diseño de planos para el montaje, entre otros.
 - Documento final con los procesos de la Ruta Gastronómica, logros, hallazgos, resultados, dificultades identificadas en los diferentes procesos de ejecución.

- Informe mensual de avances del proyecto por profesional.
 - Informe de Resultados semestral de la Implementación de la ruta Gastronómica.
- Las exclusiones del proyecto se relacionan a continuación: El proyecto abarca únicamente a los restaurantes del departamento de Risaralda que cumplan con los requisitos para garantizar las buenas prácticas en el procesamiento de alimentos. Es importante resaltar que la ruta turística no es propiamente la clave para el desarrollo de los municipios, pero sí es una oportunidad para contribuir al fortalecimiento de la región.

5.3. Estructura de Desglose de trabajo

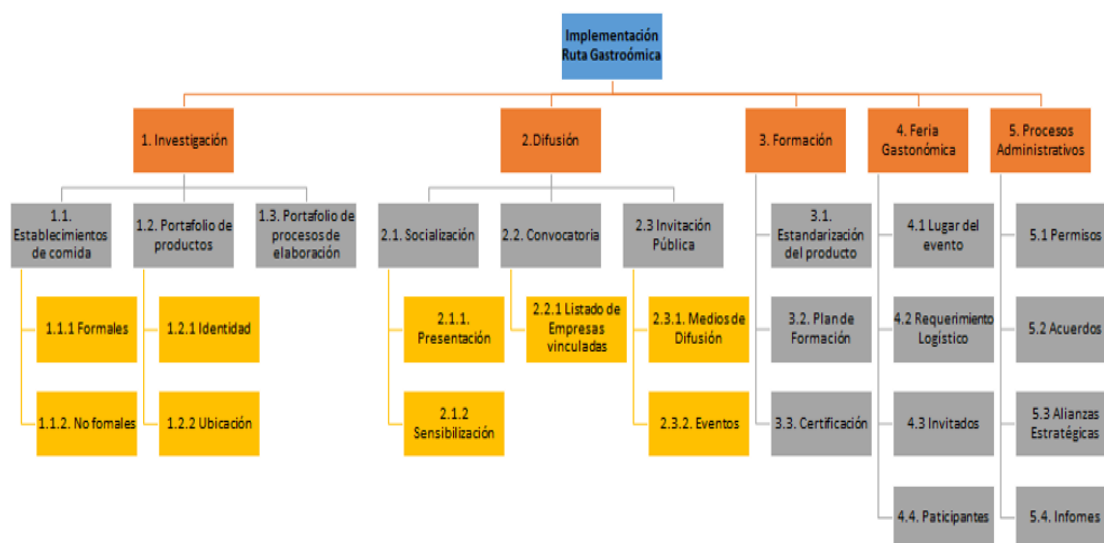


Grafico 3: Estructura de desglose de trabajo

5.3.1. *Nombre y Descripción entregable*

Nota: La numeración de este apartado se refiere al ID de las actividades que comprenden el nombre y descripción de los entregables.

1 Investigación: Documento que contiene lo evidenciado con los alcances del trabajo de campo de la investigación y los productos definidos en esta fase del proyecto que darán pie para el inicio del proceso de convocatoria, formación y ejecución de las tres ferias gastronómicas.

1.1 Establecimientos de comidas informales: Estudio de mercado y listado de establecimientos de comida posibles para participar en el proceso de Formación y certificación.

1.1.1 Formales: Listado de establecimientos de comida posibles para participar en el proyecto registrados en Cámara de Comercio.

1.1.2 No formales: Listado de establecimientos de comida posibles para participar en el proyecto NO registrados en Cámara de Comercio.

1.2 Portafolio de productos: Entrega del plato típico de cada municipio del departamento, presentado a manera de libro de recetas.

1.2.1 Identidad: Listado de Ingredientes típicos del municipio que los hace oriundos de ese lugar y por medio de la investigación y el apoyo de la comunidad identificar aquellos producto o platos típicos a resaltar de cada región.

1.2.2 Ubicación: Ubicación geográfica en el Departamento de Risaralda donde se puede degustar del plato típico.

1.3 Portafolio de procesos de elaboración: Entrega de los procesos de elaboración en el portafolio de productos de cada plato típico de manera estandarizada.

2 Difusión: Realización de las respectivas promociones que tiene el proyecto, dándolo a conocer de manera local para la investigación y proceso de convocatoria, como para promover el conocimiento en todo el país e internacionalmente de la realización de las ferias gastronómicas en el Departamento de Risaralda.

2.1 Socialización: Realizar Socialización del proyecto con cada comunidad de los municipios, fomentando la participación activa de todos los habitantes en las diferentes fases del proyecto.

2.1.1 Presentación: Hacer de manera formal la presentación del proyecto ante cada municipio del Departamento Risaralda.

2.1.2 Sensibilización: Realizar trabajo de apropiación con la comunidad de cada municipio del Departamento de Risaralda promoviendo la participación activa para la construcción del portafolio de productos y procesos de elaboración.

2.2 Convocatoria: Invitación a los diferentes establecimientos de comida de cada municipio para que participen en el proceso de formación y certificación de cada establecimiento cumpliendo con los filtros de selección y listados de participación en el taller.

2.2.1 Listado de empresas vinculadas: Listado de empresas que se registraron en la convocatoria.

2.3 Invitación pública: Invitación a Nivel Nacional e Internacional para que participen de las tres ferias gastronómicas a realizar y fomentar así las visitas a cada uno de los municipios del Departamento de Risaralda.

2.3.1 Medios de difusión: Selección de los medios por los cuales se va a realizar la promoción de la información a nivel Nacional e Internacional.

2.3.2 Eventos: Entrega de listado de eventos nacionales e Internacionales en los cuales se va a realizar la invitación para la participación de las ferias gastronómicas y realizar la promoción en dichos eventos.

3 Formación: Entrega de paquetes de formación a los establecimientos de comida de cada municipio para mejorar sus prácticas de procesamiento de alimentos, bajo los estándares de Calidad existente y mejorar su desempeño competitivo para promover de mejor manera el turismo departamental.

3.1 Estandarización del producto: Formación de los diferentes establecimientos de cada municipio del Departamento de Risaralda que fueron seleccionados para el proceso en la elaboración de cada plato típico de su municipio de forma estandarizada y en atención al cliente.

3.2 Plan de formación: Entrega del plan de formación que el SENA y Comfamiliar Risaralda van a realizar en los diferentes municipios del Departamento, acorde al portafolio y procesos de elaboración de cada plato típico, seguridad e higiene, buenas prácticas culinarias., atención al cliente y formalización empresarial.

3.3 Certificación: Certificación de los diferentes establecimientos de cada municipio del Departamento de Risaralda que participaron del proceso y que cumplieron con los requisitos del Plan de Formación.

4 Feria Gastronómica: Ejecución de tres eventos gastronómicos en el Departamento de Risaralda donde se promuevan los diferentes platos típicos de cada municipio a los visitantes de la región que participen de estos eventos.

4.1 Lugar del evento: Lugar y la justificación de la realización de las diferentes ferias gastronómicas programadas en el proyecto.

4.2 Requerimientos Logísticos: Definición y gestión de las diferentes necesidades que requiere cada feria gastronómica con el presupuesto asignado.

4.3 Invitados: Definir y promover el segmento partícipe de las diferentes ferias gastronómicas.

4.4 Participantes: Listado de las diferentes personas que participarán de las ferias gastronómicas.

5 Procesos Administrativos: Ejecución de los requisitos y necesidades administrativas que demande el proyecto durante su periodo de ejecución.

5.1 Permisos: Gestionar y Conseguir los permisos legales y fiscales que se requieran durante el proyecto.

5.2 Acuerdos: Establecer y firmar acuerdos con los diferentes Contratistas que participarán en el proyecto, es decir, profesionales, empresas de difusión de Información, proveedores, empresas logísticas.

5.3 Alianzas Estratégicas: Definir y realizar alianzas estratégicas con los institutos de formación SENA y Comfamiliar Risaralda para los procesos de formación y certificación

5.4 Informes: Entrega de manera oportuna los informes de avance mensual, semestral y de cierre del proyecto para conocer el proceso de ejecución del mismo.

5.3.2. Validación del Alcance Entregable Criterios de aceptación Validador

Nota: La numeración de este apartado se refiere al ID de las actividades que comprenden el nombre y descripción de los entregables.

1. Investigación: Descripción y evidencias de lo realizado en las visitas de campo.
 - Un plato típico por cada municipio del departamento de Risaralda.
 - Clasificación de establecimientos de comida por municipio entre formales y no formales.
 - Procedimiento de elaboración de cada plato típico registrado en el portafolio de comidas típicas.
 - Ingredientes de cada plato de típico.
2. Difusión: Listado de personas participantes de la socialización.
 - Listado de establecimientos registrados para participar en el proceso.
 - Listado de medios a utilizar para la invitación pública de la feria gastronómica.
 - Medios seleccionados para promover las ferias gastronómicas a Nivel Nacional
 - Medios seleccionados para promover la feria gastronómica a nivel Internacional.

3. Formación: Plan de formación específico de cada plato típico. ● Horas y cronograma de formación para cada municipio. ● 100 personas certificadas en estándares de calidad para la elaboración de alimentos y buenas prácticas del servicio al cliente.
4. Feria Gastronómica: Realizar 3 ferias gastronómicas en los últimos doce (12) meses del proyecto. ● Listado de 28 establecimientos certificados seleccionados del departamento para participar ● Listado de las 56 expositoras de los platos típicos que participarán en cada feria gastronómica (2 personas por Stand). ● Entrega oportuna parte de las empresas prestadoras del servicio para solventar los requerimientos logísticos de cada feria gastronómica en las condiciones pactadas con la secretaría de Desarrollo y Competitividad.
5. Procesos Administrativos: Gestionar los permisos con las alcaldías municipales para utilizar las aulas de formación y el procesamiento de alimentos. ● Acuerdos firmados de los convenios con SENA y Comfamiliar Risaralda para realizar el proceso de formación y certificación. ● Gestionar y convenir dos alianzas empresariales del sector turísticos con reconocimiento Nacional que promueva la ruta gastronómica. ● Entrega de informes de avances y de gestión durante el proyecto ● Acta de Cierre del proyecto.
6. Control del alcance: Lista de actividades para controlar el Alcance: Mesas de Trabajo mensual del equipo de proyectos, Mesas de trabajo semestrales con las partes interesadas, Visitas a las actividades por parte de los interesados del proyecto, Revisión de informes de avance por parte del Supervisor del proyecto y Gerente de Proyecto. ● Responsables de realizar seguimiento y control al cumplimiento del alcance: Supervisor del proyecto, Gerente del proyecto.

5.4.Gestión del cronograma (tiempo).

Procesos requeridos para asegurar la terminación del proyecto de manera efectiva. Tomando como punto de partida el apartado anterior “Estructura de Desglose del Trabajo” (EDT), definiendo el tiempo, el esfuerzo y los recursos estimados para cada una de las actividades.

5.4.1. Descripción para la Gestión del Cronograma:

Responsables o autoridades para aprobar cambios en el cronograma: Secretario de Despacho (Desarrollo Económico y Competitividad).

- Unidades de Medida definidas para la estimación y duración de las actividades: Las actividades serán medidas por periodos de tiempo (Meses).
- Herramienta o software que se emplea para la programación, ejecución seguimiento y control del Cronograma: Se emplea la Herramienta Excel y Gesproy.

5.4.2. Identificación y Estimación de la Duración de Actividades

Tabla 2: Estimación de la duración para las actividades

CODIGO EDT	ENTREGABLE	ACTIVIDADES	DURACIÓN// MESES			DURACIÓN ESTIMADA MÉTODO PERT
			PESIMISTA	MÁS PROBABLE	OPTIMISTA	(P+4M+O)/6
1	Investigación	Realizar Trabajo de Campo	13	11	10	11,1667
		Construir Portafolio de Productos	13	11	10	11,1667
		Desarrollar Portafolio de procesos y Procedimientos	13	11	10	11,1667
2	Difusión	Realizar Socialización	2	1	0,5	1,0833
		Realizar invitación pública a la feria Gastronómica	3	2	1	2,0000
		Convocar establecimientos	3	2	1	2,0000
3	Formación	Entregar portafolio de Productos, procesos y procedimientos a SENA y Comfamiliar	2	1	0,5	1,0833
		Estructurar Plan de Formación	2	1	1	1,1667
		Presentar plan de Formación	3	2	1	2,0000
		Seleccionar los Establecimientos a formar	2	1	0,5	1,0833
		Formar los establecimientos de comida	8	7	6	7,0000
		Certificar los establecimientos que cumplan	2	1,5	0,5	1,4167
4	Feria Gastronómica	Identificar Lugar del Evento	14	12	11	12,1667
		Identificar requerimientos logísticos	14	12	11	12,1667
		Generar listados de asistentes e invitados	14	12	11	12,1667
		Realizar ferias gastronómicas	14	12	11	12,1667
5	Procesos Administrativos	Gestionar Acuerdos con SENA y Comfamiliar	12	11	9	10,8333
		Generar permisos para aulas de clase	2	1,5	0,5	1,4167
		Formalizar Alianzas estratégicas para las ferias Gastronómicas.	2	1	0,5	1,0833

5.4.3. Cronograma para la ejecución del proyecto

Tabla 3: Cronograma para la ejecución de actividades.

ID	NOMBRE DE LA TAREA		FECHA INICIO	FECHA FIN
-	INICIO	Meses		
-	EJECUCION PROYECTO RUTA GASTRONOMICA	36	1/01/2021	28/12/2023
-	Hito 1 (Investigación)	12	1/01/2021	28/12/2021
A	Realizar Trabajo de Campo	11	1/01/2021	28/11/2021
B	Construir portafolio de productos	3	1/10/2021	28/12/2021
C	Desarrollar portafolio de Procesos y Procedimientos	3	1/10/2021	28/12/2021
-	HITO 2 (Difusión)	5	10/01/2022	10/05/2022
D	Realizar Socialización y Sensibilización	1	10/01/2022	10/02/2022
T	Difundir Invitación Pública a la Feria Gastronómica	3	15/01/2022	15/04/2022
E	Convocar Establecimientos Municipales	2	25/03/2022	25/05/2022
-	HITO 3 (Formación)	10	26/05/2022	30-02-2023
F	Entregar Portafolio de Productos, procesos y procedimientos a las instituciones de Formación	1	26/05/2022	26/06/2022
G	Estructurar Plan de Formación	1	27/06/2022	30/07/2022
H	Presentar Plan de Formación	2	30/07/2022	30/09/2022
S	Seleccionar Establecimientos Municipales a Formar	1	30/07/2022	25/08/2022
I	Formar los Establecimientos Municipales	6	1/09/2022	30/02/2023
J	Certificar los Establecimientos que cumplen con los Requisitos de Formación	1	30/02/2023	30-02-2023
-	HITO 4 (Ferias Gastronómicas)	13	12/05/2022	20/06/2023
K	Identificar Lugar del Evento	12	12/05/2022	20/06/2023
L	Identificar Requerimientos Logísticos	12	12/05/2022	20/06/2023
M	Generar listados de Asistentes e invitados	12	12/05/2022	20/06/2023
N	Ejecutar Eventos (Ferias Gastronómicas)	12	12/05/2022	20/06/2022
-	HITO 5 (Procesos Administrativos)	35	2/02/2021	28/12/2023
O	Gestionar Acuerdos con las Instituciones de formación	11	2/02/2021	12/12/2021
P	Generar Permisos para los Espacios de Formación	1	1/06/2021	1/07/2021
R	Formalizar Alianzas Estratégicas para los eventos (Ferias Gastronómicas)	1	1/06/2021	1/07/2021

5.4.4. *Control del Cronograma:*

Se hará un monitoreo mensual y actualización de acuerdo al estado del proyecto, a través de la herramienta análisis de datos. ●El encargado de realizar el seguimiento al Cronograma serán Marlon Betancur. ●Se controlará a través de la herramienta de “análisis de datos” ●Quien es el responsable de reportar el avance del cronograma: Coordinador de proyecto ●El mecanismo que se usará para realizar el reporte será a través de informes de avance.

5.4.5. *Gestión de Cambios al Cronograma:*

Definir el método o proceso requerido para autorizar cambios al Cronograma: Mesa de trabajo con Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad.

5.5.Gestión de la Calidad

Lista de normas técnicas, regulaciones y/o estándares que el proyecto debe cumplir en términos de calidad (normatividad, métricas de calidad, Actividades para el aseguramiento de la calidad, métodos de validación, monitoreo y control de la calidad).

5.5.1. *Normatividad*

- Decreto 3075 de 1997: Principios básicos y buenas prácticas generales de higiene, manipulación, preparado, elaboración, envasado, almacenamiento y distribución de alimentos para el consumo humano.

- ISO 26000: Guía sobre responsabilidad social, ofrece armoniosamente una guía global pertinente para las organizaciones del sector público y privado de todo tipo, basada en un consenso internacional entre expertos representantes de las principales partes interesadas, por lo que alienta la aplicación de mejores prácticas en responsabilidad social en todo el mundo.
- ISO 9001:2015: Esta Norma Internacional se basa en los principios de la gestión de la calidad descritos en la Norma ISO 9000. Las descripciones incluyen una declaración de cada principio, una base racional de por qué el principio es importante para la organización, algunos ejemplos de los beneficios asociados con el principio y ejemplos de acciones típicas para mejorar el desempeño de la organización cuando se aplique el principio.
- LEY 80 DE 1993: Por la cual se expide el Estatuto General de Contratación de la Administración Pública
- Decreto 111 del 15 de enero de 1996: Por el cual se compilan la Ley 38 de 1989, la Ley 179 de 1994 y la Ley 225 de 1995, que conforman el Estatuto Orgánico del Presupuesto"
- LEY 617 DEL 2000: Decreto por el cual se adiciona la Ley Orgánica de Presupuesto.
- Manual de procedimiento del banco de programas de inversión nacional, BPIN: Es la instancia encargada de administrar el Banco de Programas y Proyectos de Inversión Nacional Bpin, a través del cual se registran los proyectos susceptibles de ser financiados o cofinanciados con recursos del Presupuesto General de la Nación. Esta oficina diseña, desarrolla y administra los instrumentos que sirven de apoyo en la gestión de proyectos de inversión pública.

- Resolución 0252 de 2012: Por la cual se adopta la metodología para la formulación y evaluación previa de proyectos de inversión susceptibles de ser financiados con recursos del Presupuesto General de la Nación y de los Presupuestos Territoriales.

5.5.2. Métricas de Calidad

- Investigación: Tener un al menos un plato típico y autóctono con su proceso e ingredientes para la elaboración por cada municipio del Departamento de Risaralda; Presentar listado de establecimientos de comida informales existente en cada municipio de Risaralda; Presentar listado de establecimientos de comida formales existente en cada municipio de Risaralda
- Difusión: Llevar a cabo la presentación de manera formal del proyecto a cada uno de los municipios y comunidades del Departamento de Risaralda; Realizar la invitación pública de la feria gastronómica por al menos 3 canales de comunicación existente y que sean de impacto nacional.
- Formación: Tener un plan de formación de 160 horas para cada municipio en buenas prácticas de manejo de alimento y servicio al cliente acorde a su plato típico; Seleccionar 100 establecimientos de comidas para realizar el proceso de formación y certificación
- Feria Gastronómica: Realizar tres ferias gastronómicas durante los doce (12) últimos meses del proyecto y Contar con todos los insumos e ingredientes necesarios para la realización de cada evento.

- **Procesos Administrativos:** Pactar con las alcaldías de cada uno municipio la utilización de los salones para el proceso de formación; Realizar convenio con Comfamiliar Risaralda y SENA para los procesos de formación de los establecimientos de comida de cada municipio; Acordar cuatro (4) alianzas estratégicas con Empresas que promuevan el desarrollo de las ferias gastronómicas; Llevar adecuadamente los procesos de contratación acorde a la ley.

5.5.3. Actividades de Aseguramiento de la Calidad

Definir las pruebas a ejecutar dentro del Proyecto: Entrevistas, informes, visitas de campo, auditorías al proceso de formación, retroalimentación de las mesas de trabajo.

- ¿Qué acciones se van tomar para asegurar que se sigue el Plan del proyecto?: Seguimiento por parte del Gerente del proyecto y supervisor del proyecto En caso de existir proveedores/contratistas
- ¿Qué procesos se van a seguir para asegurar que el proveedor/contratista cumpla con la calidad esperada de los entregables?: Solicitud de pólizas de aseguramiento de la calidad.
- ¿Qué auditorías se requieren y cuándo se llevarán a cabo?: Auditorías internas por parte de la Secretaría de Desarrollo y Competitividad, se llevarán a cabo semestralmente; y Auditorías anuales por parte del DNP (Departamento Nacional de Planeación).

5.5.4. Monitoreo y Control de la Calidad

Revisiones o inspecciones requeridas y cuándo se llevarán a cabo: Revisión periódica de los informes de avance, los cuales se entregan mensualmente. Revisión de la documentación de convenios, alianzas y contratación para los eventos de las ferias gastronómica. Auditoría anticorrupción y transparencia del manejo de fondos públicos.

5.5.5. Métodos de validación

- Investigación: Se revisará que el portafolio de comidas típicas una vez sea entregado validando que cada uno sea autóctono de su municipio.
- Difusión: Se revisarán los medios de comunicación seleccionados para la invitación pública
- Formación: Se revisará que el contenido del programa de formación que esté diseñado a partir del portafolio de platos típicos elaborado en la investigación.
- Formación: Se Evalúa las buenas prácticas del procesamiento de alimentos y servicio al cliente adquiridas por los establecimientos de comidas participantes en el proceso de formación.
- Feria Gastronómica: Que los insumos e ingredientes a utilizar en las ferias gastronómicas no se encuentren en malas condiciones para su procesamiento.
- Procesos administrativos: Verificar el contenido de la información de los informes de avance del proyecto mensualmente.

5.6.Gestión de los Recursos humanos (RR. HH)

Procesos relacionados con las personas que trabajan en la ejecución del proyecto, tanto desde el punto de vista administrativo en procesos de contratación, nóminas, convenios, entre otros (Secretario de despacho, supervisor y coordinador de proyecto) como desde el de su desarrollo y ejecución (Profesionales ejecutores).

5.6.1. Estructura organizativa para el proyecto

Roles con base a la estructura Organizacional de la “Secretaría de Desarrollo Económico y Competitividad” para la ejecución de Proyectos con cobertura Departamental (Risaralda).



Grafico 4: Estructura Organizacional del Proyecto

- Secretario de Despacho: Secretaria de Desarrollo Económico y Competitividad: Funciones dentro del proyecto: Las comprendidas en la ley 80 en el tema de contratación; Aprobación de recursos para la ejecución del proyecto y Gestión de alianzas, procesos y procedimientos con las instituciones Sena y Comfamiliar Risaralda. Funcionario Público nombrado por el Departamento de Risaralda con competencias en el Área Administrativa y en el desarrollo de planes Departamentales. 20% Aprobación de requerimientos para el proyecto y firma de acuerdos para la articulación de actividades con las instituciones.
- Supervisora Secretaria de Desarrollo Económico y Competitividad: Funciones dentro del proyecto: Coordinar con el Director de proyectos las actividades, entregables y productos para el cumplimiento de los informes Periódicos de los profesionales que ejecutan el proyecto. Profesional y Especialista Nombrado por el Departamento de Risaralda con competencias en la Supervisión de Proyectos Territoriales. 50% Revisión y validación de Evidencias, Entregables y Productos del Proyecto.
- Director de Proyecto: Contratista Profesional y especialista: Funciones dentro del proyecto: Envía los informes mensuales actualizados sobre los avances del proyecto en cuanto a alcance, tiempo y costo y cronograma; Acompañamiento y supervisión en la ejecución de las actividades por parte de los Profesionales del proyecto (Ejecutores); Revisión y aprobación de Informes, entregables y productos evidenciados por parte de los contratistas profesionales (Ejecutores del proyecto); Ejecutar los planes de gestión de los requisitos; gestión del cronograma, gestión de los recursos humanos (RR.HH) y la gestión de adquisiciones.

Contratista Profesional en el Área Administrativa y gastronómica, y Especialista en Gerencia de Proyectos con Competencias y Experiencia en la Planeación, Organización, Dirección y Control de Proyectos Territoriales (Risaralda). 100% Coordinación y acompañamiento en todos y cada uno de los procesos, procedimientos y alcances del proyecto.

- Profesional Uno: Contratista Profesional: Funciones dentro del proyecto: Ejecutar los procesos de campo e investigación (Productos, Procesos y Procedimientos de productos, platos y técnicas por municipio); procesos de formación; procesos administrativos (Gestión de Alianzas y convenios con instituciones Sena y Comfamiliar); Difusión en los Municipios de Santa Rosa, Marsella, Dosquebradas y la Virginia; (Presentar Productos y entregables del proyecto referente a los Municipios asignados); Ejecutar los procesos de edt/wbs (estructura de desglose del trabajo); plan de gestión de la calidad y el plan de gestión de adquisiciones.

Contratista Profesional con Competencias y Experiencia en la Ejecución de Proyectos Territoriales (Dep. de Risaralda) min. Seis meses. 100% Ejecución de las actividades, alcances, logros y productos para el cumplimiento del proyecto.

- Profesional Dos: Contratista Profesional: Funciones dentro del proyecto: Ejecutar los procesos de investigación (Productos, Procesos y Procedimientos de productos, platos y técnicas por municipio); procesos de formación; procesos administrativos (Gestión de Alianzas y convenios con instituciones Sena y Comfamiliar) y Difusión en los Municipios de Pereira, Balboa, Apia y la Celia; (Presentar Productos y entregables del proyecto referentes a los municipios asignados); Ejecutar los planes de gestión del alcance y gestión de riesgos.

Contratista Profesional con Competencias y Experiencia en la Ejecución de Proyectos Territoriales (Dep. de Risaralda) min. seis meses. 100% Ejecución de las actividades, alcances, logros y productos para el cumplimiento del proyecto.

- Profesional tres: Contratista Profesional: Funciones dentro del proyecto: Ejecutar los procesos de investigación (Productos, Procesos y Procedimientos de productos, platos y técnicas por municipio); procesos de formación; ejecutar procesos administrativos (Gestión de Alianzas y convenios con instituciones Sena y Comfamiliar) y Difusión en los Municipios de Guática, Quinchía, Belén de Umbría; (Presentar Productos y entregables del proyecto referente a los Municipios asignados); Ejecutar los planes de gestión del costo (presupuesto) y gestión de los riesgos.

Contratista Profesional con Competencias y Experiencia en la Ejecución de Proyectos Territoriales (Dep. de Risaralda) min. seis meses. 100% Ejecución de las actividades, alcances, logros y productos para el cumplimiento del proyecto.

- Profesional Cuatro: Contratista Profesional: Funciones dentro del proyecto: Ejecutar los procesos de investigación (Productos, Procesos y Procedimientos de productos, platos y técnicas por municipio); procesos de formación; ejecutar procesos administrativos (Gestión de Alianzas y convenios con instituciones Sena y Comfamiliar) y Difusión en los Municipios Mistrató, Pueblo Rico y Santuario; (Presentar Productos y entregables del proyecto); Ejecutar los planes de gestión de las comunicaciones y gestión de interesados.

Contratista Profesional con Competencias y Experiencia en la Ejecución de Proyectos Territoriales (Dep. de Risaralda) min. seis meses. 100% Ejecución de las actividades, alcances, logros y productos para el cumplimiento del proyecto.

5.7.Gestión de las Comunicaciones.

Herramientas para la comunicación tanto formal e informal con todos y cada uno de los interesados (Stakeholders) involucrados en el proyecto, definiendo los objetivos, el tipo de comunicación y su frecuencia.

5.7.1. Requisitos de Comunicación de los Interesados:

A continuación, se describe las herramientas de comunicación para cada interesado del proyecto:

Tabla 4: tipo de comunicación y herramientas de comunicación

INTERESADO	OBJETIVO DE LA COMUNICACIÓN	TIPO DE COMUNICACIÓN	FRECUENCIA	HERRAMIENTA
SECRETARIA DE DESARROLLO Y COMPETITIVIDAD	Rendir informe de avance	Escrita formal	Semestral	Acta de constitución Oficio e Informes de avance final
DIRECCIÓN DE PROYECTOS	Información relacionada con la ejecución del proyecto, cumplimiento de objetivos, Estrategia planificada con los stakeholders y gestión de las necesidades de estos	Escrita formal, verbal formal, escrita informal, verbal	Semanal	Actas. Correo electrónico. Acta de constitución. uso de WhatsApp. Contrato. Oficios. Actas de reunión.
SUPERVISIÓN DEL PROYECTO	Emitir concepto de la calidad de la información. Describir la asignación oportuna de recursos acorde a los requerimientos.	Escritura formal, Verbal formal	Mensual	Reporte calidad de información. Reportes relacionados con asignación de recursos, informes de avance.
GOBERNACIÓN DE RISARALDA	Avance del proyecto, Nivel de cumplimiento de los requerimientos y resultados finales de los alcances.	Escrita formal y Verbal Formal	Anual	Informe de avance anual. Convenios con instituciones y Plan de Dirección.
COMFAMILIAR RISARALDA	Avance del programa de formación para municipios.	Escrita formal verbal formal	Quincenal	Informe de avance y resultados de formación.
COMUNIDAD MUNICIPAL	Identificar procesos, procedimientos e ingredientes emblemáticos de cada municipio.	Verbal formal verbal informal	Semanal	Charlas, Presentaciones, Conversaciones, Observación.

SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE SENA	Rendir informe de avance de la estructura del programa de formación para los municipios.	Escrita formal Verbal formal	Quincenal	Informe de avance y resultados de formación.
RESTAURANTES MUNICIPALES	Participación en el proceso de formación. Protocolo de la elaboración de los productos.	Verbal informal Escrita formal	Semanal	Conversaciones, charlas entrevistas, conferencias, talleres
ACODRES	Entrega de Información asociada al proyecto.	Escrita formal Verbal formal	Semestral	Portafolio. Mesas de trabajo. Periódicas.
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE AGENCIAS DE VIAJE Y TURISMO ANATO	Entrega de información del proyecto.	Escrita formal Verbal formal	Semestral	Portafolio. Mesas de trabajo. Periódicas.
ALCALDÍAS MUNICIPALES	Acompañamiento a los procesos de recopilación y validación de datos.	Escrita formal - Verbal formal -	Semanal	Correos. Mesas de trabajo. Reuniones.
EQUIPO DE PROFESIONALES DEL PROYECTO	Permanecer informados del desarrollo del proyecto.	Escrita formal Verbal formal Verbal informal Escrita informal	Diaria	Correos. Conversaciones. Telefónicas Reuniones. Mesas de trabajo. Actas de reunión.
SECRETARIA DE TURISMO	Revisión de información y avances	Escrita formal	Bimensual	Informes parciales, informes de avance. Mesas de trabajo

5.8.Gestión de los Riesgos

Es el proceso planificado, participativo e integral de reducción de las condiciones de los posibles riesgos que puede ocurrir antes y durante la ejecución del proyecto, en el que se ven involucrados la complementariedad de capacidades, recursos y herramientas para mitigarlos y, por ende, buscar la reducción de la incertidumbre en las situaciones que se puedan presentar.

Dentro de las herramientas a desarrollar para mitigar los posibles riesgos se encuentran las siguientes: Categoría de riesgos estructura de desglose de riesgos (RBS), Definiciones de Probabilidad e Impacto// Tabla de probabilidad, Tabla de Impactos, Registro de riesgos, Riesgos más representativos, Respuesta a los riesgos.

5.8.1. Categoría de riesgos estructura de desglose de riesgos (RBS):

A continuación, se presenta la Clasificación de los riesgos que afectan al proyecto partiendo de las categorías de la RBS, para evaluar qué riesgos se presentan en cada de ellas:



Grafico 5: Estructura de Desglose del riesgo.

5.8.2. Registro de riesgos

- Riesgos de tipo social: No contar con el apoyo de la comunidad, Escasos descubrimientos de productos o platos típicos para la elaboración de la ruta, Escasos descubrimientos de productos o platos típicos para la elaboración de la ruta, Poca aceptación de la ruta gastronómica.
- Riesgo de tipo técnico: Disponibilidad de tiempo por parte de las instituciones de Formación (Sena y Comfamiliar Risaralda); Omisión en la aplicación de los estándares de calidad de los establecimientos de comida vinculados; Establecimientos de comida reacios a participar en las capacitaciones.

- Riesgo de tipo Organizacional: Dinámica de trabajo cambiante de las nuevas administraciones.
- Riesgo de tipo externo: Inconvenientes de orden público, Riesgos viales y climáticos.

Tabla 5: Registro de riesgos

Categoría RBS	Nombre del riesgo
Social	No contar con el apoyo y la receptividad de la comunidad territorial.
	Escasos descubrimientos de productos y/o platos representativos para la elaboración de la ruta.
	Poca receptividad por parte de las instituciones territoriales.
Técnico	Poca Disponibilidad en términos de tiempo y recursos por parte de las instituciones de Formación (Sena y Comfamiliar Risaralda)
	Redefinición del alcance pactado
	Omisión en la aplicación de estándares de calidad y normatividad de los establecimientos vinculados y/o beneficiarios.
	Establecimientos y personal sin motivación para participar en los procesos de formación y capacitación.
organizacional	Dinámicas y administración territorial cambiante.
Externo	Inconvenientes de orden público.
	Riesgos en infraestructura vial

5.8.3. Probabilidad de ocurrencia

Tabla 6: Probabilidad de ocurrencia (Cantidad de veces que se presenta un riesgo actualice de acuerdo al proyecto).

PROBABILIDAD	Muy Alto (5 puntos)	Puede ocurrir en la mayoría de las veces, mayor al 90% de probabilidad
	Alto (4 puntos)	Puede que ocurra la mayoría de veces, entre el 61% - 90% de probabilidad.
	Medio (3 puntos)	Posiblemente ocurra varias veces, entre 41- 60% de probabilidad
	Bajo (2 puntos)	Alguna posibilidad que ocurra el evento, con una probabilidad entre 11% y el 40%
	Muy Bajo (1 punto)	Insignificante posibilidad que ocurra el evento, menor al 10% de probabilidad

5.8.4. Tabla de Impactos:

Tabla 7: Escala de impacto del riesgo (Impacto por la ocurrencia de un riesgo, las oportunidades siempre tienen un impacto alto).

Líneas bases	Escala de impacto del riesgo				
	Muy Bajo (1 punto)	Bajo (2 puntos)	Medio (3 puntos)	Alto (4 puntos)	Muy Alto (5 puntos)
Alcance	Disminución del alcance insignificante	Entregables de segundo nivel afectados	Entregables principales afectados	Disminución en el alcance no aceptable	Producto final del proyecto inservible
Tiempo	Retraso en el cronograma planeado menor a 5 días.	Retraso en el cronograma planeado en dos semanas.	Retraso en el cronograma planeado en un mes.	Retraso en el cronograma planeado en dos meses	Retraso en el cronograma planeado en más de 2 meses.
Costo	Aumento en los costos del proyecto hasta el 1%	Aumento en el costo de entre 2% y 9%	Aumento en el costo del proyecto entre el 10% y 19%	Aumento en el costo del proyecto entre el 20% al 40%	Aumento en el costo del proyecto superior al 40%
Calidad	La variación de calidad de los entregables es inferior al 1%.	Los entregables difieren entre el 2% y 9% de las especificaciones realizadas	Los entregables difieren entre el 10% y el 19% de las especificaciones realizadas.	Los entregables difieren entre el 20% y el 40% las especificaciones realizadas.	Los entregables difieren más del 40% de las especificaciones realizadas

5.8.5. Matriz Probabilidad de impacto

PROBABILIDAD	Muy Alto	5	5	10	15	20	25
	Alto	4	4	8	12	16	20
	Medio	3	3	6	9	12	15
	Bajo	2	2	4	6	8	10
	Muy Bajo	1	1	2	3	4	5
			1	2	3	4	5
			Muy Bajo	Bajo	Medio	Alto	Muy Alto
			IMPACTO				

//Riesgo muy alto

//Riesgo alto

//Riesgo medio

//Riesgo bajo

Grafico 6: Probabilidad de impacto

5.8.6. Registro de riesgos y análisis

Tabla 8: riesgos y análisis

Categoría RBS	Nombre del riesgo	Probabilidad	Impacto	Score	Escala
Social	No contar con el apoyo de la comunidad.	3	5	15	Riesgo Muy alto
	Escasos descubrimientos de productos o platos típicos para la elaboración de la ruta	4	5	20	Riesgo Muy alto
	Escasos descubrimientos de productos o platos típicos para la elaboración de la ruta	4	5	20	Riesgo Muy alto
	Poca aceptación de la ruta	2	5	10	Riesgo alto
Técnico	Disponibilidad de tiempo por parte de las instituciones de Formación (Sena y Comfamiliar Risaralda)	2	5	10	Riesgo alto

	Redefinición del alcance pactado	1	5	5	Riesgo medio
	Omisión en la aplicación de los estándares de calidad de los establecimientos de comida vinculados.	3	5	15	Riesgo Muy alto
	Establecimientos de comida reacios a participar en las capacitaciones.	2	5	10	Riesgo alto
organizacional	Dinámicas de la política	2	5	15	Riesgo Muy alto
Externo	Inconvenientes de orden público.	1	4	4	Riesgo Bajo
	Riesgos viales	1	4	4	Riesgo Bajo

5.8.7. *Ranking de riesgos*

El Ranking de riesgos está compuesto por los menos por 5 riesgos con mayor puntaje, sin embargo, los demás riesgos estarán monitoreados para controlar su probabilidad e impacto

- Escasos descubrimientos de productos o platos típicos para la elaboración de la ruta:
 - Descripción: El proceso de investigación no se arroja suficientes opciones para cubrir cada municipio.
 - Disparador (evento que advierte de la ocurrencia del riesgo): En la historia solo se ha identificado un plato típico de un municipio del departamento de Risaralda.
 - Efecto del riesgo: Entrega de pocas opciones de platos emblemáticos del departamento para cubrir la ruta.
 - Score: 20

- Dinámicas de la política y cambios de administración:
 - Descripción: Por cambios de administración en la gobernación de Risaralda el proyecto podría ser cancelado.
 - Disparador (evento que advierte de la ocurrencia del riesgo): Cambio de administración
 - Efecto del riesgo: dar por finalizado el proyecto.
 - Score: 15

- Omisión en la aplicación de los estándares de calidad de los establecimientos de comida vinculados:
 - Descripción: Una vez realizada la formación para buenas prácticas los establecimientos omitan los estándares
 - Disparador (evento que advierte de la ocurrencia del riesgo): Ausencia de compromiso por parte de los establecimientos de comida.
 - Efecto del riesgo: Afectación de los estándares de calidad, replanteamiento de los establecimientos.
 - Score: 15

- No contar con el apoyo de la comunidad:
 - Descripción: Contar con la comunidad de la región y la información que aportan es fundamental para el desarrollo del proyecto.
 - Disparador (evento que advierte de la ocurrencia del riesgo): Poco interés, falta de compromiso o de tiempo para contribuir con el proyecto.

- Efecto del riesgo: Afectación en la identificación de los platos típicos, en el desenvolvimiento de los eventos.
- Score: 15

- Disponibilidad de tiempo por parte de las instituciones de Formación. (Sena y Comfamiliar):
 - Descripción: Las instituciones de formación hacen parte fundamental para el desarrollo del proyecto para brindar herramientas a los establecimientos de comida
 - Disparador (evento que advierte de la ocurrencia del riesgo): Demasiados compromisos por parte de las instituciones de formación
 - Efecto del riesgo: Afectación en el desarrollo del plan de formación y prácticas en la elaboración de alimentos.
 - Score: 10

5.8.8. Respuesta a los riesgos:

- Escasos descubrimientos de productos o platos típicos para la elaboración de la ruta:
 Actividades de respuesta: En los casos en que no se encuentre directamente al menos un producto autóctono y representativo de una región, se buscará aprovechar el proceso investigativo realizado, que sumado con el conocimiento y la capacidad de las instituciones involucradas pueda generar nuevas recetas y preparaciones, que identifiquen a las comunidades partiendo de ingredientes y materia prima autóctona (frutas, verduras, especias, etc.)

- Dinámicas de la política y cambios de administración: Actividades de respuesta: Socialización del proyecto, beneficios, avance y secuelas ante todos los partidos políticos y candidatos en todas las esferas departamentales. Dada la cercanía con las comunidades en la etapa investigativa, se puede buscar el apoyo de la base electoral para mantener la independencia del proyecto y la política.
- Omisión en la aplicación de los estándares de calidad de los establecimientos de comida vinculados: Actividades de respuesta: Conciliar con establecimientos, agencias y organizaciones involucradas los acuerdos necesarios para garantizar el mínimo requerido por ley en materia de calidad y salud.
- No contar con el apoyo de la comunidad: Actividades de respuesta: Puesto que es fundamental contar con el respaldo y la participación de la comunidad en el proyecto para el éxito del mismo, se pretende generar conciencia y sentido de pertenencia entre las comunidades al respecto. -Primera medida: Socialización previa del proyecto, difundir masivamente los beneficios y el impacto económico esperado. -Segunda estrategia: Se invierten importantes recursos para una difusión masiva y efectiva de cada etapa del proyecto, convocando e incentivando la participación de las comunidades.
- Disponibilidad de tiempo por parte de las instituciones de Formación. (Sena y Comfamiliar): Actividad de Respuesta: Buscar horarios alternos que vayan de acuerdo a la disponibilidad de las instituciones y los representantes de los establecimientos de comida, alternar con clases virtuales o buscar nuevas alianzas.

5.9. Análisis Dofa

Herramienta de diagnóstico y análisis para la generación de posibles estrategias a partir de la identificación de los factores tanto internos como externos del proyecto dada su actual situación y contexto. Se identifican las áreas y actividades que tienen el mayor potencial para un mayor desarrollo que permiten minimizar los impactos negativos que se puedan presentar en la marcha y maximizar los impactos positivos durante la ejecución.

5.9.1. Análisis externo

Tabla 9: Oportunidades y amenazas.

	OPORTUNIDADES	AMENAZAS
EXTERNAS	Una etapa de socialización previa del proyecto puede permitir que la sociedad se prepare y sea más receptiva al momento de ejecución del mismo.	Reactivación de situaciones de conflicto y orden público.
	Asociarse con secretarías de educación puede permitir suficiente espacios para la capacitación óptima de los participantes	Cambio de administración en la Gobernación de Risaralda tras elecciones en 2019
	Amplio respaldo desde organizaciones y asociaciones involucradas en el proceso	Condiciones viales desfavorables en algunas zonas pueden representar una amenaza física para el equipo Condiciones climáticas desfavorables para la realización de las ferias gastronómicas estratégicas

5.9.2. Análisis interno

Tabla 10: Fortalezas y debilidades

	ANÁLISIS DOFA	
	FORTALEZAS	DEBILIDADES
INTERNAS	Aliados estratégicos de amplia experiencia en sus campos, como lo son El SENA y Comfamiliar Risaralda	No existe un levantamiento inicial sobre cultura gastronómica en el departamento.
	El presupuesto de la formulación del proyecto es suficiente.	Ninguno de los profesionales ha participado en un proyecto de esta naturaleza.
	Existe pleno respaldo desde las secretarías involucradas en el proyecto.	Se percibe un ambiente desfavorable entre dueños de restaurantes en invertir en mejoras de condiciones de salubridad.
	Existen grandes expectativas en el resultado turístico y comercial de la implementación del proyecto.	
	Secretaria tiene historial de indicadores favorables en resultados obtenidos con ejecución de proyectos	

5.10. Gestión de las Adquisiciones

Este apartado permite definir los procesos para la gestión de las adquisiciones requeridas y los diferentes tipos de contrato que se deben aplicar para cada una de las compras necesarias para la ejecución del proyecto.

5.10.1. Definición de adquisiciones requeridas:

- Arrendamiento Lugar de los eventos (Ferias Gastronómicas): Se requiere contratar el servicio de arrendamiento durante tres días un centro de eventos para el desarrollo de la feria Gastronómica con un área de 1500 m² por tres (3) veces.
- Animación y Presentación del Evento (Ferias Gastronómica): Se requiere contratar el servicio para cada una de las ferias gastronómicas, equipos de sonido, montaje y staff logístico del evento.
- Alquiler de Carpas, Stands: Se requiere alquilar 28 carpas para puestos de Stand, Una tarima de 100 m² con montaje y desmontaje de cada uno de estos para cada una de las ferias gastronómicas.
- Compra de Materias Primas e insumos para el Evento (Feria Gastronómica): Se requiere comprar materias primas e insumos de cada plato de comida, acorde al portafolio de productos y sus procesos de elaboración para abastecer a los 28 Stand que participarán en cada feria durante tres (3) días.

5.10.2. Tipos de contrato para las adquisiciones:

Tabla 11: Adquisiciones y tipos de contrato

Ítem	Descripción	Tipo de Contrato	Monto del Contrato
1	Arrendamiento Lugar de los eventos (Ferias Gastronómicas).	Tiempos y Materiales	\$120'000.000
2	Animación, Presentación del Evento y Staff (Ferias Gastronómica).	Tiempos y Materiales	\$50'000.000
3	Alquiler de Carpas y Stands.	Tiempos y Materiales	\$80'000.000
Ítem	Descripción	Tipo de Contrato	Monto del Contrato
4	Compra de Materias Primas e insumos para el Evento (Feria Gastronómica).	Tiempos y Materiales	\$350'000.000
Total:			\$600'000.000

5.11. Gestión de los Interesados// énfasis de la identificación de interesados

Los interesados son entidades o personas que pueden verse afectadas por el proyecto de forma negativa o positiva, o aquellas que por alguna razón participan en decisiones y pueden de igual forma afectar el proyecto. La identificación de interesados permite solucionar problemas e identificar de manera temprana facilitadores para la ejecución del proyecto.

procesos necesarios para identificar a las personas, grupos u organizaciones que pueden afectar o ser afectados por el proyecto, para analizar las expectativas de los mismos y su impacto en el proyecto, y así desarrollar estrategias de gestión adecuadas para lograr la participación efectiva de cada uno de ellos por medio de las siguientes herramientas: Gestión de los interesados, Calificación de interesados y Gráfico de interesados.

5.11.1. Gestión de los interesados

Tabla 12: Stakeholder

ID	INTERESADO	REQUISITOS O EXPECTATIVAS	POSICIÓN ACTUAL	ACTIVIDAD
A	SECRETARIA DE DESARROLLO Y COMPETITIVIDAD	Participar activamente en el asesoramiento para la ejecución del Proyecto a través de su experticia.	A FAVOR	Mantener informado del avance del proyecto
B	DIRECCIÓN DE PROYECTOS	Ejecutar el proyecto de acuerdo al cronograma y presupuesto aprobado, asegurando el cumplimiento de los objetivos planteados en la oferta. Planificar una estrategia de gestión para cada integrante del conjunto de stakeholders del proyecto y prever los requerimientos y necesidades del mismo de manera anticipada.	A FAVOR	Mesas de trabajo sobre los entregables, alcances y productos del proyecto
C	SUPERVISIÓN DEL PROYECTO	Verificar calidad de la información entregada por el equipo de proyectos y gestionar la asignación oportuna de recursos de acuerdo a los requerimientos.	A FAVOR	Documentar el ciclo de vida del proyecto
D	GOBERNACIÓN DE RISARALDA	Verificar avance del proyecto y el cumplimiento con los requerimientos, limitaciones y objetivos acorde con el plan de desarrollo departamental.	A FAVOR	Validar los avances, ejecución y cumplimiento del alcance del proyecto y la destinación de recursos.
E	COMFAMILIAR RISARALDA	Estructurar el programa de formación para los Municipios en base al portafolio construido por los profesionales.	A FAVOR	Entregar a tiempo y completo el programa de formación para los municipios de Risaralda
F	COMUNIDAD MUNICIPAL	Participación activa en los procesos de investigación e identificación de procedimientos, ingredientes y procedimientos del Municipio.	NEUTRAL	Realizar permanente mente charlas, conferencias, talleres, procurando la mayor participación de la comunidad.
G	SECRETARIA DE DEPORTE, RECREACIÓN Y CULTURA	Acompañamiento en la revisión de avances periódicos del proyecto y generar retroalimentación para mejorar la ejecución del proyecto sin afectar los alcances.	A FAVOR	Reuniones periódicas para Socializar los avances del proyecto.
H	SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA	Estructurar el programa de formación para los Municipios en base al portafolio construido por los profesionales.	NEUTRAL	Entregar a tiempo y completo el programa de formación para los municipios de Risaralda.

I	RESTAURANTES MUNICIPALES	Participación de los procesos de formación y elaboración de los productos bajo las buenas prácticas de procedimientos , atención al cliente y formalización empresarial	NEUTRAL	Motivación y acompañamiento permanente por parte del equipo de proyectos, y también mediante invitaciones (carteles, llamadas telefónicas, publicidad radial local) a la participación en los procesos de formación y elaboración de productos bajo las buenas prácticas, destacando siempre los beneficios de este.
J	ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO – ANATO RISARALDA	Recepción de información asociada al proyecto para diseño y estructuración de estrategias comerciales	A FAVOR	Mantener comunicación periódica con el objeto de socializar informes de avance orientado a lograr el mejor camino para el diseño de estrategias comerciales
K	ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA – ACODRES RISARALDA	Recepción de información asociada al proyecto para diseño y estructuración de estrategia para potencializar el desarrollo sostenible en el tema gastronómico	A FAVOR	Socializar los avances del proyecto de manera periódica con el fin de lograr la estructura de la estrategia para potencializar la sostenibilidad d en el tema gastronómica
L	EQUIPO DE PROFESIONALES (PROYECTO)	Ejecución del proyecto dentro de los tiempos, costos y alcances definidos	A FAVOR	Desarrollar acorde al cronograma, las actividades programadas (teniendo en cuenta las directrices del gerente del proyecto)
M	ALCALDÍAS MUNICIPALES	Facilitar la recopilación de datos y validar la calidad de la información recolectada, facilitando a su vez el acercamiento a la comunidad.	A FAVOR	Mantener contacto con la institución, resaltando los beneficios del proyecto e involucrando se en las distintas reuniones y espacios de rendición de avances.
N	SECRETARIA DE TURISMO	Acompañamiento en la revisión de avances periódicos del proyecto y generar retroalimentación para mejorar la ejecución del proyecto sin afectar los alcances.	A FAVOR	Hacerlos partícipes de los diferentes espacios de socialización de avances del proyecto

5.11.2. Calificación de interesados

Tabla 13: Clasificación de los stakeholders

INTERESADO	POSICION	ID	PODER	INTERES
SECRETARIA DE DESARROLLO Y COMPETITIVIDAD	A FAVOR	A	10	10
DIRECCIÓN DE PROYECTOS	A FAVOR	B	10	10
SUPERVISIÓN DEL PROYECTO	A FAVOR	C	8	9
GOBERNACIÓN DE RISARALDA	A FAVOR	D	10	10
COMFAMILIAR RISARALDA	A FAVOR	E	3	8
COMUNIDAD MUNICIPAL	NEUTRAL	F	2	7
SECRETARIA DE DEPORTE, RECREACIÓN Y CULTURA	A FAVOR	G	6	9
SERVICIO NACIONAL DE APRENDIZAJE – SENA	NEUTRAL	H	3	8
RESTAURANTES MUNICIPALES	NEUTRAL	I	6	8
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE AGENCIAS DE VIAJES Y TURISMO ANATO RISARALDA	A FAVOR	J	1	7
ASOCIACIÓN COLOMBIANA DE LA INDUSTRIA GASTRONÓMICA ACODRES RISARALDA	A FAVOR	K	2	8
EQUIPO DE PROFESIONALES (PROYECTO)	A FAVOR	L	6	10
ALCALDÍAS MUNICIPALES	A FAVOR	M	7	7
SECRETARIA DE TURISMO	A FAVOR	N	6	9

5.11.3. Gráfico de interesados:

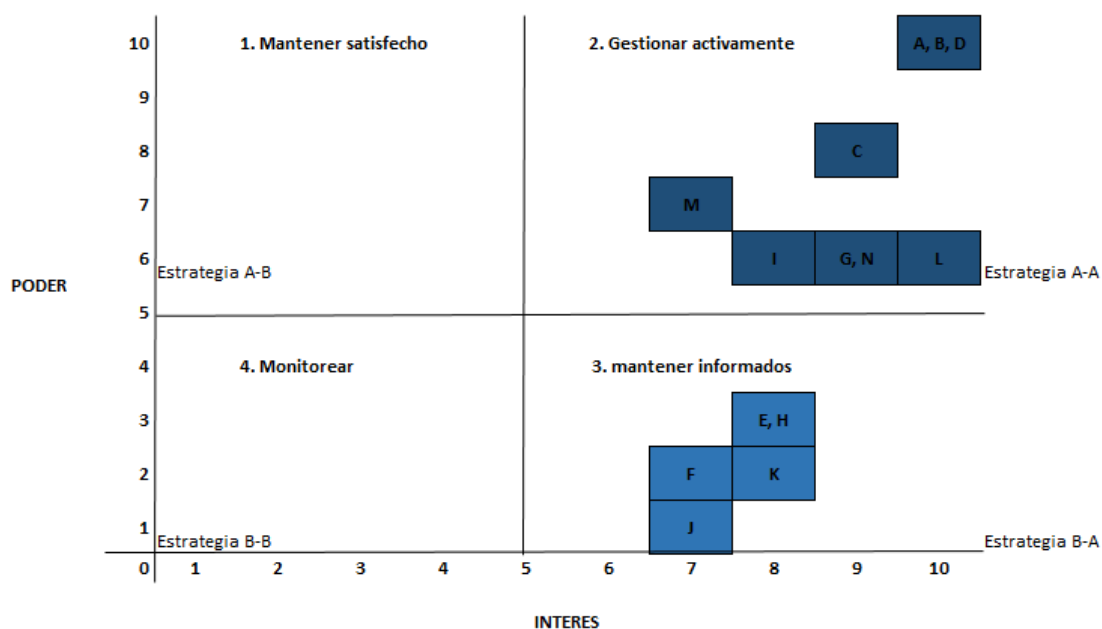


Grafico 7: Grafico poder interés.

- **Gestionar activamente:** Mesas y jornadas de trabajo donde se evidencien los avances y resultados generales del proyecto, posteriormente realizar procesos de retroalimentación donde se generen estrategias que contribuyan a los alcances y objetivos del proyecto teniendo en cuenta los controles de cambios.
- **Mantener informados:** Mesas y jornadas de trabajo donde se compartan los alcances y actividades del proyecto para la respectiva gestión de procesos, requerimientos y actividades necesarias para la ejecución y el cumplimiento de los objetivos por medio de los informes semestrales.

CAPÍTULO 6: PLAN FINANCIERO (PRESUPUESTO).

El plan financiero recoge los datos en términos monetarios de los elementos antes de ser desarrollados y ejecutados (previsión, compras, ejecución, personal, inversiones...), permitiendo la estructuración de lo que puede costar la puesta en marcha de proyecto su en todo su conjunto y así, como identificar las necesidades de financiación.

El objetivo de un plan financiero es formular unas estimaciones creíbles y comprensibles que reflejen las previsiones de resultados financieros y que, de alguna manera, van a determinar el costo del proyecto. A la hora de establecer un plan financiero es necesario analizar ciertos elementos que comprenden la formulación y ejecución del proyecto, ítems que se evidencian a continuación:

6.1.Descripción del plan de Gestión del Presupuesto

- Responsable de la gestión del presupuesto
- Autoridad para aprobar cambios en el presupuesto: Gobernador de Risaralda
- Moneda a emplear en el Proyecto: Pesos Colombianos.

6.2.Medición y Control del Presupuesto:

Encargado y para la elaboración del informe de avance bimestral, donde se justifique el avance o retraso del proyecto con respecto al presupuesto.

6.3. Presupuesto para la ejecución del Proyecto

Tabla 14: Presupuesto para la ejecución del Proyecto

FECHA	PROYECTO		
2021	IMPLEMENTACION DE LA RUTA GASTRONÓMICA PARA EL DEPARTAMENTO DE RISARALDA		
PERIODO	GERENTE PROYECTO	EQUIPO PROFESIONALES	ENTE TERRITORIAL
36 MESES	MARLON BETANCUR	DESARROLLO ECONOMICO Y COMPETITIVIDAD	GOBERNACION DE RISARALDA
PRESUPUESTO			

ITEM	ITEM	DESCRIPCION	VALOR UNITARIO	VALOR TOTAL
1	SALARIO PROFESIONAL TIPO PROYECTO PRIMER AÑO	Salario devengado por el equipo de cinco profesionales durante el primer año de ejecución del proyecto	\$4.000.000	\$240.000.000
2	SALARIO PROFESIONAL TIPO PROYECTO SEGUNDO AÑO	Salario devengado por el equipo de cinco profesionales durante el segundo año de ejecución del proyecto, considerando un aumento tentativo del 10% respecto al primer año de ejecución.	\$4.400.000	\$264.000.000
3	SALARIO PROFESIONAL TIPO PROYECTO TERCER AÑO	Salario devengado por el equipo de cinco profesionales durante el tercer año de ejecución del proyecto, considerando un aumento tentativo del 16% respecto al año de ejecución inmediatamente anterior.	\$5.100.000	\$306.000.000
4	VIATICOS PROFESIONAL TIPO PROYECTO	Viáticos requeridos para solventar gastos de transporte, hospedaje y alimentación requeridos por el equipo de cinco profesionales durante el periodo de ejecución del proyecto	\$1.000.000	\$180.000.000
5	VIATICOS FORMADOR ACADEMICO	Viáticos requeridos para solventar gastos de transporte, hospedaje y alimentación requeridos por el equipo de cuatro profesionales de formación académica durante diez meses de la etapa formativa a las comunidades	\$1.000.000	\$40.000.000
6	PAPELERIA, DOCUMENTACION Y PUBLICIDAD (EXTERNA)	Gastos asociados a papelería, gestión documental y administrativa, gastos de publicidad durante el periodo de ejecución del proyecto	\$60.000.000	\$60.000.000
7	REQUERIMIENTOS FERIAS GASTRONÓMICAS	Gastos asociados a tres ferias gastronómicas que se realizarán durante el periodo de ejecución del proyecto	\$200.000.000	\$600.000.000
			SUB TOTAL	\$ 1.690.000.000

COSTOS DIRECTOS	\$	1.690.000.000
AIU	\$	169.000.000
SUBTOTAL	\$	1.859.000.000
Impuesto estampillas	\$	111.540.000
IVA	\$	353.210.000
TOTAL PROYECTO	\$	2.323.750.000

DATOS REFERENCIA	
A	0,00%
I	10,00%
U	0%
IVA	19%
Impuesto colectivo estampilla	6%

6.4.Presupuestos por hitos relevantes del proyecto

Tabla 15: Presupuesto por hitos del proyecto

ID	ENTREGABLE	COSTO TOTAL
1	INVESTIGACIÓN	\$ 120.000.000
2	DIFUSIÓN	\$ 50.000.000
3	FORMACIÓN	\$ 40.000.000
4	PRIMERA FERIA GASTRONÓMICA	\$ 200.000.000
5	SEGUNDA FERIA GASTRONOMICA	\$ 200.000.000
6	TERCERA FERIA GASTRONOMICA	\$ 200.000.000
7	PROCESOS ADMINISTRATIVOS	\$ 1.513.750.000
TOTAL		\$ 2.323.750.000

7. CONCLUSIONES

El turismo gastronómico es una opción estratégica de desarrollo para muchos destinos. Muchas zonas, incluso a pesar de contar con pocos recursos, disponen de un enorme patrimonio gastronómico, intangible y volátil, pero que puede aprovecharse como atractivo turístico.

Es claro el potencial en materia de turismo gastronómico que puede presentar el Departamento de Risaralda gracias a su inmensa riqueza natural, tanto por la cantidad de productos y materias primas que existen entre todos los territorios municipales como por la calidad que se desprende de determinados productos que gozan y pueden gozar de una denominación propia.

Es pertinente que Cada territorio municipal del Departamento de Risaralda se suscriba a sus productos más representativos y con denominación de origen a un solo artículo de materia prima, quedando margen de los otros otros territorios para incrementar la demanda turística gastronómica asociada directamente a ese producto. Existen poblaciones en la cuales se evidencian denominaciones de Origen asociadas, siendo esta es una oportunidad única de explotación en cuanto a marca y calidad de los productos con el fin de incrementar el turismo industrial gastronómico que puede ayudar a desarrollar un turismo de calidad y complementar el turismo cultural e histórico con todo el tema del paisaje cafetero.

En cuanto a recursos económicos, fijación de estructuras de personal y profesionalidad en el tema de la gastronomía, control de costes o planes estratégicos, se destaca como no se invierte en formación continua, siendo los empleados de nivel de formativo medio en su mayoría; Los

establecimientos creen que los productos con denominación de origen no son una buena forma de promocionarse y las cartas de sus establecimientos no comercializan expresamente dichos productos, perdiendo una oportunidad de incrementar su negocio y el de los productos autóctonos del lugar.

El turismo gastronómico del Departamento de Risaralda, es un segmento en auge que complementa al turismo cultural y agroindustrial característico del territorio. La variada calidad de las materias primas con que se elaboran hacen que el producto final (plato gastronómico) sea muy apreciado por el turista que lo degusta, pero se necesitan unas estrategias que unan sinergias entre los restaurantes (con el producto final) y la provincia (con la materia prima) que se podría conseguir a través de la unión y acción conjunta, vías rutas gastronómicas y puesta en valor de estos productos, visión que es compartida por una buena parte del empresariado, pero que hace falta el apoyo empuje y coordinación de todos los agentes no sólo la parte empresarial sino las administraciones tanto locales como regionales que den al turismo gastronómico el empuje necesario para que ocupe una posición relevante dentro del territorio Departamental.

8. ANEXOS

8.1. Instrumento de aplicación tipo encuesta

Establecimientos Gastronómicos del Departamento de Risaralda Occidente

**Obligatorio*

1. 1. Municipio *

2. 2. Nombre del establecimiento *

3. 3. Numero de Empleados que tiene su establecimiento *

Marca solo un óvalo.

- ☐ 1-2 Empleados
☐ 3-4 Empleados
☐ 5 o mas empleados

4. 4. ¿Invierte en formación para sus empleados? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Siempre
☐ Ocasionalmente
☐ Nunca

5. 5. Nivel de formación de sus empleados (mayoritariamente) *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Universitaria
☐ Técnica
☐ Empírica
☐ Ninguna

6. 6. ¿Qué medios utiliza para publicitarse y promocionarse? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Página web propia
☐ Folletos
☐ Ferias, exposiciones
☐ Redes sociales
☐ Canal Municipal
☐ Otros: _____

7. 7. ¿Cómo valora usted la situación actual del turismo gastronómico del municipio? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Buena
☐ Regular
☐ Mala

8. 8. En la carta de su establecimiento: ¿ nombra o hace referencia a los productos de Origen Municipal? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ En todos los platos
☐ Algunos platos
☐ Ningún plato

9. 9. Dentro de su carta, nombra los platos utilizando el origen de la materia prima? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ En todos los platos
☐ Algunos platos
☐ Ningún plato

10. 10. ¿Su personal ha recibido alguna formación en los temas de denominación de Origen y productos autóctonos Municipales? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Continuamente
☐ Ocasionalmente
☐ Nunca

11. 11. Cuando introduce un plato nuevo en su oferta gastronómica o carta. ¿Tiene en cuenta el uso de productos municipales? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
☐ No

12. 12. ¿Cree que es un buen argumento de venta el utilizar productos autóctonos del municipio? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
☐ No

13. 13. ¿Cuál es la procedencia de la mayoría de sus clientes? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Extranjeros
☐ Nacionales
☐ Locales

14. 14. ¿Cuál es la mayor barrera para el desarrollo del departamento en el ámbito del turístico gastronómico? *

Selecciona todas las opciones que correspondan.

- ☐ Administración Pública
☐ Comunidad Municipal
☐ Falta de Iniciativa Privada
☐ Otros: _____

15. 15. ¿Participa de forma activa en la toma de decisiones y la planificación territorial de su Municipio? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
☐ No

16. 16. ¿Cómo valora el atractivo que representan los productos del municipio para atraer el turismo? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Bueno
☐ Regular
☐ Malo

17. 17. ¿Cómo valoraría la inclusión de su restaurante a una ruta gastronómica tanto del municipio como del departamento para atraer el turismo a su establecimiento? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Excelente
☐ Buena
☐ Regular
☐ Malo

18. 18. ¿Cómo valora la situación actual en número de turistas gastronómicos que visitan el establecimiento? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Buena
☐ Regular
☐ Mala

19. 19. En su establecimiento: ¿tiene visibles productos de Origen Municipal? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Siempre
☐ En ocasiones
☐ Nunca

20. 20. ¿Comparte con sus clientes sobre los productos de origen y platos autóctonos del municipio?

Marca solo un óvalo.

- ☐ Siempre
☐ En ocasiones
☐ Nunca

21. 21. ¿Considera que los productos Gastronómicos que ofrece el municipio son atractivos para los turistas? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
☐ No

22. 22. ¿Considera que el Departamento de Risaralda tiene definida una ruta Gastronómica con los productos mas representativos de cada municipio? *

Marca solo un óvalo.

- ☐ Si
☐ No

9. BIBLIOGRAFÍA

- Aktouf, O. (2001). La Metodología de las Ciencias Sociales y el Enfoque Cualitativo en las Organizaciones. Colombia: Universidad del Valle.
- ACODRES. Asociación colombiana de la industria Gastronómica. Recuperado de: <http://acodres.com.co/>
- Alonso, P. L. (2014). Gestión de las Empresas por procesos. Escola Tècnica Superior d'Enginyeria Industrial de Barcelona, 1-159. Recuperado de: https://upcommons.upc.edu/bitstream/handle/2099.1/23486/PFC_EOI_PLA_201406_Gesti%C3%B3n%20de%20las%20Empresas%20por%20Procesos.pdf
- Astudillo, R. R. (2012). Identificación de la Gastronomía típica y diseño de una ruta gastronómica en el Cantón Paltas de la provincia de Loja. Universidad Nacional de Loja, Área Jurídica, social y administrativa, 1-136. Recuperado de: <http://dspace.unl.edu.ec/jspui/bitstream/123456789/2516/1/TESIS%20FINAL%202003.pdf>
- Banchik, M. (2005). Circuitos Turísticos: Programación y cotización. Ediciones turísticas. (Libro de Edición Argentina). Paraguay 2459 PB, Buenos Aires- Argentina. 1-160. Recuperado de: <https://asesoresenturismoperu.files.wordpress.com/2016/03/110-circuitos-turc3adsticos--programacic3b3n-y-cotizacic3b3n.pdf>

- Corporación Autónoma Regional de Risaralda. (2012). Risaralda, Biodiversidad y paz “Extensión Municipal”: CARDER. Recuperado de: <http://www.carder.gov.co/index.php/web/es/jurisdiccio>
- Colciencias, (2016). Colombia, el segundo país más biodiverso del mundo. El conocimiento es de todos. Recuperado de: https://www.colciencias.gov.co/sala_de_prensa/colombia-el-segundo-pais-mas-biodiverso-del-mundo
- Delgado, E. E, & Gavilanes, J. (s. f). Propuesta de diseño de una Ruta gastronómica en la Ciudadela Urdesa de la ciudad de Guayaquil. Escuela Superior Politécnica del Litoral: Facultad de Ingeniería Marítima y ciencias del Mar, 1-8. Recuperado de: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/19175/1/RESUMEN%20DE%20TESIS%20-%20FINAL.pdf>
- Departamento Nacional de Planeación (DNP). Marco legal. Recuperado de: <https://www.dnp.gov.co/programas/inversiones-y-finanzas-publicas/Paginas/marco-legal.aspx>
- Gobernación de Risaralda. (2017). Departamento de Risaralda Información general con ciudades y municipios del departamento: Colombiamania.com. Recuperado de: <http://www.colombiamania.com/departamentos/risaralda.html>

- Hernández, R. R. (2015). Gestión y planificación de rutas turísticas gastronómicas: estudio de caso en la provincia de Córdoba. UNIVERSIDAD DE CÓRDOBA Facultad de Derecho y Ciencias Económicas y Empresariales. Edita: Servicio de Publicaciones de la Universidad de Córdoba. 2015, Campus de Rabanales. 1-207. Recuperado de: <https://helvia.uco.es/xmlui/bitstream/handle/10396/13107/2015000001211.pdf?sequence=1>
- Jeanbey, Z. (2016). Rutas Gastronómicas y Desarrollo local: un ensayo de conceptualización en Cataluña. Pasos: Revista de Turismo y Patrimonio Cultural. Vol. 14 No 5. 1187-1198. 2016. Recuperado de: <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2016.14.079>
- López, G. T. & Margarida, J. M. (2011). Turismo, Cultura y Gastronomía. Una aproximación a las rutas culinarias. Book of Proceedings – International Conference on Tourism & Management Studies, 915-922. recuperado de: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/5018471.pdf>
- Ministerio de Comercio, Industria y Turismo. (s.f). Guía Turística: Risaralda/Colombia. Fondo de Promoción Turística Colombiana. Recuperado de: <https://cdn.colombia.com/docs/turismo/sitios-turisticos/eje-cafetero/risaralda.pdf>
- Sescam. (2002). La Gestión Por Procesos. Servicio de Calidad de atención Sanitaria. Toledo, 21 de octubre de 2002, 1-21. Recuperado de: https://cursos.campusvirtualsp.org/pluginfile.php/2265/mod_resource/content/1/Modulo_1/Gestiondeprocesos.pdf

- Rodríguez, M. F; Rodríguez, S. F. & Carvache, W. (s.f). Propuesta de Creación de una ruta Gastronómica en el Canton Santa Rosa de la Provincia del Oro a través del análisis e inventario de sus platos típicos. Escuela Superior Politécnica de litoral. Campus ESPOL Peñas Malecón, Guayaquil Ecuador, 1-8. Recuperado de: <https://www.dspace.espol.edu.ec/bitstream/123456789/16192/1/PROPUESTA%20DE%20CREACI%C3%93N%20DE%20UNA%20RUTA%20GASTRON%C3%93MICA%20EN%20EL%20CANT%20SANTA%20ROSA%20DE%20LA%20PROVINCIA%20DE%20EL%20ORO%20A%20TRAVES%20DEL%20AN%C3%81LISIS%20E%20INVENTARIO%20DE%20SUS%20PLATOS%20T%C3%8DIPICOS.pdf>
- Tamayo, M. (1999). Aprender a investigar, Módulo 2. Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior ICFES. Cali, Colombia: Universidad ICESI. p.p 1-135.